

**STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK SIMPANAN SUKARELA
LANCAR (SIRELA) DI KSPPS BINAMA CABANG KALIWUNGU**

TUGAS AKHIR

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya Dalam Ilmu Perbankan Syariah



Disusun Oleh :

LIFIA KHOIRUNNISA

1605015047

**PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2019

Dk. Genting Ds. Walangsanga RT 04 RW 01

Lamp	: 4 Eksemplar	Kepada Yth.
Hal	: Naskah Tugas Akhir	Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
	An. Sdri. LIFIA KHOIRUNNISA	UIN Walisongo Semarang

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirimkan naskah Tugas Akhir Saudari :

NIM : 1605015047

Judul : "STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK SIRELA DI
KSPPS BINAMA CABANG KALIWUNGU"

Dengan ini saya mohon kiranya Tugas Akhir saudara tersebut dapat segera di munaqosahkan.

Demikian atas perhatiannya, harap maklum dan saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing

7-7-1

NIP. 197302172006041001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka Km. 2 Kampus III Ngaliyan Telp. (024) 7608454 Semarang 50185

Website: <http://febi.walisongo.ac.id/> -- Email: febiwalisongo@gmail.com

PENGESAHAN

Nama : Lilia Khoirunnisa

NIM : 1605015047

Judul : STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK SIMPANAN SUKARELA
LANCAR (SIRELA) DI KSPPS BINAMA CABANG KALIWUNGU

Telah diujikan oleh Dewan Penguji Program D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan
predikat Cumlaude/Baik/Cukup, pada tanggal:


3 Desember 2019

Dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya Tahun Akademik 2019.

Semarang, 9 Desember 2019

Ketua Sidang / Penguji

Sekretaris Sidang / Penguji


Drs. H. Hasyim Syarbani, M.M.

NIP. 195709131982031002


Dr. H. Ahmad Furqon, Lc., M.A.

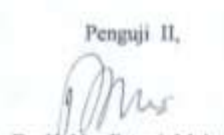
NIP. 197512182005011002

Penguji I,

Penguji II,


A. Turmudi, S.H., M.Ag.

NIP. 196907082005011004


Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag.

NIP. 197308112000031004

Pembimbing


Muchammad Fauzi, SE., M.M.

NIP. 197302172006041001

MOTTO

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴾

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.” (Q.S. An Nisa : 58)

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk orang-orang yang selalu mendukung saya sehingga Tugas Akhir ini bisa disusun sebagaimana mestinya:

1. Kedua orang tuaku tercinta yaitu Bapak Mochamad Solichin dan Ibu Kimianingsih yang senantiasa memberikan kasih sayang dan telah memberikan semangat dalam hidup saya serta memberikan doa terbaik untuk saya. Semoga Allah SWT memberikan kesehatan, keselamatan, murah rizqi dan panjang umur. Aamiin.
2. Digar Ar Rafi sebagai adik satu-satunya yang memberi semangat dan doa kepada penulis.
3. Teman seperjuangan saya di kelas PBSB khususnya Denok Sableng Squad yang sudah menemani selama 3 tahun belajar dan mengerjakan tugas bersama, serta teman-teman PBS angkatan 2016 yang telah berbagi ilmu serta bantuan dalam pembuatan Tugas Akhir ini.
4. Teman satu dosen pembimbing Widya dan Rizki yang telah memberi semangat dan sabar serta menemani agar bisa bimbingan bersama.
5. Teman spesialku A.T.U. yang telah memberiku dukungan dan semangat.
6. Sahabat-sahabatku Awalina, Inka, Tika, Adi dan Mbak Fidho yang telah mendukung dan memberi semangat.
7. Semua pihak yang telah memberi dukungan dan bantuan yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggungjawab penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir ini tidak berisi materi yang pernah ditulis orang lain atau diterbitkan. Demikian juga Tugas Akhir ini tidak berisi pemikiran-pemikiran orang lain kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 19 November 2019

Deklarator,



Lifia Khoirunnisa

NIM 1605015047

ABSTRAK

Penelitian ini di latar belakang dengan adanya produk penghimpunan dana di KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu. Salah satu produk yang terdapat di KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu adalah SIRELA yang merupakan simpanan yang menggunakan akad *Mudharabah* sehingga penarikan dan pengambilannya dapat dilakukan sewaktu-waktu dan produk tersebut diminati oleh masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran pada produk SIRELA dan analisis SWOT pada produk SIRELA di KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Data-data dalam penelitian ini terdiri dari data primer maupun data sekunder. Data primer diperoleh dengan teknik pengumpulan data yang melalui metode wawancara dan observasi, sedangkan data sekunder berasal dari dokumen–dokumen KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis.

Dari penelitian ini menghasilkan kesimpulan sebagai berikut: *Pertama*, strategi pemasaran pada produk SIRELA yang dilakukan oleh KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu menggunakan 4P yang meliputi; a) *product* yaitu SIRELA yang menggunakan akad *Mudharabah*, b) *price* yaitu bagi hasil yang menarik, c) *place* yaitu memilih tempat yang sangat strategis dan mudah dijangkau oleh anggota, dekat dengan swalayan dan pusat pendidikan, d) *promotion* yang digunakan KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu meliputi menyebarkan brosur, promosi melalui sosial media, website, dan menggunakan sistem jempuit bola. *Kedua*, analisis SWOT pada produk SIRELA di KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu yang meliputi; a) *strenght* yaitu penyeteran dan penarikan dapat dilakukan setiap saat, b) *weakness* yaitu kurangnya pemahaman karyawan tentang produk SIRELA dan kurangnya biaya promosi, c) *opportunities* yaitu dengan melihat jaringan masyarakat Indonesia yang tidak asing dengan cara menabung, terutama bagi ibu rumah tangga. Hal ini, memberikan peluang bagi pihak KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu untuk mengembangkan produk SIRELA sehingga diminati anggota dan dapat berkembang, d) *threats* yaitu persaingan produk SIRELA yang semakin ketat disebabkan anggota sudah kritis dan pandai membanding-bandingkan produk SIRELA di KSPPS BINAMA yang satu dengan yang lainnya.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, SIRELA, *Mudharabah*.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini yang berjudul **“STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK SIMPANAN SUKARELA LANCAR (SIRELA) DI KSPPS BINAMA CABANG KALIWUNGU”**. Sebagai persyaratan guna memperoleh gelar Ahli Madya dalam Ilmu Perbankan Syariah.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan untuk kelancaran penyusunan Tugas Akhir ini. Untuk itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak A. Turmudzi, S.H., M.Ag, selaku Ketua Program D3 Perbankan Syariah UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Muchammad Fauzi, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir.
5. Seluruh dosen pengajar D3 Perbankan Syariah beserta tenaga kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Bapak Waskitho Budi Hayu selaku Kepala Kantor Cabang KSPPS BINAMA Kaliwungu beserta seluruh jajaran staf karyawan.
7. Kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan dan kesalahan sehingga hasilnya jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran serta masukan yang membangun demi kesempurnaan Tugas Akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca pada umumnya.

Semarang, 19 November 2019

Penulis,

Lifia Khoirunnisa

1605015047

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN DEKLARASI.....	vi
HALAMAN ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Tinjauan Pustaka	5
F. Metode Penelitian	6
G. Sistematika Penelitian	9
BAB II : LANDASAN TEORI.....	10
A. Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) ...	10
1. Pengertian KSPPS.....	10
2. Sejarah dan Perkembangan KSPPS	10
3. Landasan Hukum KSPPS	11
B. Strategi Pemasaran	12
1. Strategi.....	12
a. Pengertian Strategi	12
2. Pemasaran.....	13
a. Pengertian Pemasaran	13
b. Tujuan Pemasaran	13
c. Fungsi-fungsi Pemasaran	14
3. Strategi Pemasaran	15

C. Akad <i>Mudharabah</i>	17
1. Pengertian <i>Mudharabah</i>	17
2. Landasan Hukum <i>Mudharabah</i>	18
3. Rukun dan Syarat <i>Mudharabah</i>	19
D. Analisis SWOT.....	20
1. Pengertian Analisis SWOT	20
2. Manfaat, Tujuan dan Fungsi	21
3. Formulasi Strategi.....	22
BAB III : GAMBARAN UMUM KSPPS BINAMA	24
A. Sejarah Berdirinya KSPPS Binama.....	24
B. Legalitas KSPPS Binama	24
C. Visi dan Misi KSPPS Binama	25
D. Profesionalisme Sumber Daya Insani.....	25
E. Struktur Organisasi	26
F. Uraian Tugas Masing-masing Bagian	28
G. Produk-produk KSPPS Binama.....	29
H. Kantor Pelayanan KSPPS Binama	37
BAB IV : HASIL PENELITIAN	38
A. Strategi Pemasaran pada produk SIRELA di KSPPS Binama Cabang Kaliwungu	38
B. Analisis SWOT pada produk SIRELA di KSPPS Binama Cabang Kaliwungu	42
BAB V : PENUTUP	45
A. Kesimpulan.....	45
B. Saran.....	46
C. Penutup.....	47
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN.....	50

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan industri keuangan syariah di Indonesia mengalami kemajuan pesat. Dengan terbitnya peraturan Undang-Undang No. 21 tahun 2008 yang mengatur tentang operasional perbankan syariah di Indonesia dan diperbarui dengan terbitnya Peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 11/3/PBI/2009 yang memuat tentang prosedur dan aturan mendirikan Kantor Cabang, membuat perkembangan jumlah layanan bank syariah bertambah dengan pesat.

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) adalah koperasi yang kegiatan usahanya meliputi simpanan, pinjaman dan pembiayaan sesuai prinsip syariah, termasuk mengelola zakat, infaq/sedekah, dan wakaf. Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) adalah termasuk Lembaga Keuangan Non Bank (LKNB) yang beroperasi dengan sistem syariah.¹

Sebagian besar usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia dilakukan melalui pemasaran. Hal ini terutama disebabkan karena proses pemasaran menambah kegunaan (*utilitas*) dari produk yang ada. Oleh karena itu, ada yang menyatakan, pemasaran merupakan usaha untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Oleh karena itu, meningkatnya kegiatan pemasaran disuatu daerah dapat mencerminkan tingginya taraf hidup dan tingkat sosial masyarakat di daerah tersebut.

Semakin tinggi taraf hidup dari tingkat sosial suatu masyarakat, semakin banyak tingkat pilihan masyarakat tersebut untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Dalam hal ini masyarakat telah meningkatkan tingkat kebutuhan dan keinginannya, dari sekedar pemenuhan kebutuhan pokok hidupnya menjadi pemenuhan kebutuhan dan keinginan yang lebih tinggi lagi seperti kebutuhan keselamatan dan keamanan kebutuhan sosial

¹ Farid Hidayat, “*Alternative Sistem Pengawasan Pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syari’ah (KSPPS) Dalam Mewujudkan Shariah Compliance*”, Mahkamah: Jurnal Ilmu Hukum & Ilmu Islam, Vol. 1, No. 2, Lampung: IAIM NU Metro, 2016, hal. 384-385.

dan kebutuhan kepuasan pribadi. Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat konsumen, pemasaran di samping berperan melakukan kegiatan penelitian produk baru dan pengembangan produk yang ada, juga menciptakan kemungkinan *product mix* dan diversifikasi produk. Semua ini dilakukan sejalan dengan perkembangan tingkat kesejahteraan masyarakat di suatu daerah.²

Pemasaran merupakan kegiatan yang penting dalam menjalankan kegiatan usaha. Karena pemasaran merupakan tindakan ekonomi yang berpengaruh terhadap naik turunnya pendapatan. Produk yang ditawarkan akan sia-sia bila minat konsumen rendah, maka pemasaran harus baik dan efisien. Hal ini perlu mendapat perhatian, karena dengan sistem pemasaran yang cepat dan tepat maka minat konsumen akan meningkat. Disisi lain, peran pemasaran tidak hanya sebagai tindakan ekonomi untuk memperoleh pendapatan. Pemasaran juga sebagai ujung tombak dari perusahaan dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup berkembang dan meningkatkan keuntungan. Dalam memberikan definisi pemasaran, para pakar pemasaran mempunyai pendapat dan argumentasi masing-masing walaupun esensinya sama. Philip Kotler mendefinisikan pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang bernilai bagi satu sama lain. Sementara itu, William J. Stanton mengartikan pemasaran sebagai suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis dalam merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan pembeli.³

Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) BINAMA adalah salah satu jenis koperasi syariah simpan pinjam yang menghimpun dana dari masyarakat berupa tabungan dan deposito yang kemudian menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan. KSPPS BINAMA didirikan pada tanggal 18 Agustus 1993, dalam operasionalnya legalitas KSPPS BINAMA berbadan hukum Nomor:

² Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hal. 16-17.

³ Gita Danupranata, *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hal. 19.

1210A/BH/PAD/KWK.11/X/96 tanggal 31 Oktober 1996 dan telah mengalami perubahan Anggaran Dasar Nomor: 08 tanggal 19 Mei 2010 yang telah disahkan oleh Gubernur Jawa Tengah dengan SK Nomor: 09/PAD/KDK.11/VI/2010 tanggal 29 Juni 2010. Dengan maksud agar dapat memberikan pelayanan kepada masyarakat usaha kecil untuk meningkatkan kualitas hidup menjadi lebih baik. Untuk menjaga kelangsungan hidup KSPPS BINAMA membutuhkan strategi pemasaran yang efektif agar semua produknya terjual di masyarakat, guna meningkatkan jumlah anggota dan meningkatkan hasil usaha.

KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu mempunyai beberapa produk diantaranya produk SIRELA (Simpanan Sukarela Lancar), produk TASAQUR (Tabungan Persiapan Qurban), dan Produk SISUKA (Simpanan Sukarela Berjangka). Salah satu produk yang diminati oleh anggota di KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu adalah produk SIRELA. Produk SIRELA merupakan simpanan dengan akad *Mudharabah* yang penarikan dan penyetorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kerja.

Tabel 1.1

Data Simpanan Anggota KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu

NO	JENIS PRODUK	TAHUN		
		2016	2017	2018
1	SIRELA	5.290	6.612	8.265
2	TASAQUR	192	290	431
3	SISUKA	90	100	179

Sumber : KSPPS BINAMA Semarang

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa produk SIRELA adalah produk unggul dan mengalami perkembangan pesat dengan pencapaian 80% yang memiliki banyak peminat, dimana SIRELA merupakan simpanan anggota yang dikelola berdasarkan prinsip syari'ah yang memungkinkan anggota dapat melakukan transaksi penyimpanan atau penarikan setiap hari.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis tertarik untuk membahas lebih mendalam kaitannya dengan produk SIRELA di KSPPS

BINAMA Cabang Kaliwungu sebagai obyek penulisan tugas akhir dengan judul **“STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK SIMPANAN SUKARELA LANCAR (SIRELA) DI KSPPS BINAMA CABANG KALIWUNGU”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang penulis kemukakan diatas, maka dapat diambil rumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana strategi pemasaran pada produk SIRELA di KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu?
2. Bagaimana analisis SWOT pada produk SIRELA di KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu?

C. Tujuan Penelitian

Dalam melaksanakan suatu kegiatan pasti mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapai. Demikian pula dengan penyusunan Tugas Akhir ini penulis mempunyai tujuan untuk:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran pada produk SIRELA di KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu.
2. Untuk mengetahui analisis SWOT pada produk SIRELA di KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu.

D. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

a. Bagi Penulis

1. Dapat memberikan pemahaman dan tambahan ilmu bagi penulis ataupun pembaca mengenai strategi pemasaran pada produk SIRELA di KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu.
2. Dapat memberikan informasi dan pengetahuan tambahan yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan untuk meningkatkan usaha secara

syari'ah dan sebagai sarana memperkenalkan produk-produk yang ada di KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu.

3. Serta dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu.

b. Bagi Instansi

1. Penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi positif bagi KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu, sehingga dapat menjadikan beban pertimbangan untuk memberikan pelayanan yang maksimal pada anggotanya.

c. Bagi UIN Walisongo

1. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan literatur serta referensi yang dapat dijadikan informasi bagi mahasiswa yang akan meneliti permasalahan yang sama.

E. Tinjauan Pustaka

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian yang berkaitan dengan strategi pemasaran pada produk SIRELA ini bukanlah penelitian yang pertama kali, artinya telah banyak penulis-penulis lain yang mengambil inti permasalahan yang sama, baik dalam tugas akhir, skripsi, tesis, maupun karya-karya ilmiah yang lain. Karya-karya ilmiah yang telah menguraikan Strategi Pemasaran antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Shofie Naqiya yang berjudul **“Strategi Pemasaran Dalam Upaya Mendapatkan Nasabah di KSPPS BMT Amanah Usaha Mulia Magelang”**. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh BMT Amanah Usaha Mulia Magelang dalam pemasaran produknya untuk meningkatkan jumlah nasabah dengan menetapkan target pasar, segmentasi pasar dan memilih bauran pemasaran serta faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran produk BMT Amanah Usaha Mulia Magelang.⁴
2. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Zainul Kirom yang berjudul **“STRATEGI PEMASARAN PRODUK SIMPANAN SUKARELA**

⁴ Shofie Naqiya, “Strategi Pemasaran Dalam Upaya Mendapatkan Nasabah di KSPPS BMT Amanah Usaha Mulia Magelang”, Tugas Akhir, Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Walisongo, 2017.

(SIRELA) DI KSPPS AMANAH USAHA MULIA MAGELANG”.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang menggunakan 4P yaitu Price, Place, Product, dan Promotion. Agar semua rencana yang telah ditentukan bisa tercapai.⁵

F. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam Tugas Akhir ini untuk mendapatkan informasi dan data-data adalah sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian dan Pendekatan

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang tidak berdasarkan pada angka-angka atau perhitungan, melainkan berupa data yang secara langsung dapat diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumen pengamatan ditempat lokasi yaitu di KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu.

2. Sumber dan Jenis Data

Sumber data di dalam penelitian merupakan faktor yang sangat penting, karena sumber data akan menyangkut kualitas dari hasil penelitian. Oleh karena itu, sumber data menjadi bahan pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya yaitu instansi atau perusahaan yang menjadi objek penelitian yang berupa kata-kata atau tindakan dari informasi.⁶ Untuk dapat memperoleh data primer ini, penulis secara langsung dengan mewawancarai objek penelitian kepada pimpinan, karyawan dan karyawan di KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu mengenai permasalahan yang sedang penulis teliti.

⁵ Muhammad Zainul Kirom, “Strategi Pemasaran Produk Simpanan Sukarela (SIRELA) di KSPPS Amanah Usaha Mulia Magelang”, Tugas Akhir, Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Walisongo, 2018.

⁶ M. Burhan Bungin, “*Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*” (Jakarta Kencana, 2004), hal. 122.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulannya, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.⁷ Dalam penelitian ini penulis mendapatkan data sekunder adalah dokumen-dokumen resmi, brosur, website, profil, modul gambaran umum dan struktur organisasi pada KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu. Dengan masalah yang dibahas yaitu strategi pemasaran pada produk SIRELA.

3. Metode Pengumpulan Data

Data-data didapat penulis melalui beberapa metode, yaitu :

a. Metode Interview/Wawancara

Merupakan salah satu teknik pengumpulan data, dimana pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan subjek penelitian atau responden. Interview adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengontruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan dan sebagainya yang dilakukan dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan kepada orang lain yang diwawancarai (*interviewee*).⁸ Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan pihak KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu.

b. Metode Observasi

Adalah pengamatan dari peneliti terhadap obyek penelitiannya. Kita dapat mengumpulkan data ketika peristiwa terjadi dan dapat datang lebih dekat untuk meliputi seluruh peristiwa. Instrumen yang digunakan adalah dapat berupa lembar pengamatan, panduan pengamatan maupun alat perekam. Metode observasi dapat menghasilkan data yang lebih rinci mengenai perilaku (subjek), benda,

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: AlfaBeta, cet ke 4, 2008), hal. 225.

⁸ Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hal. 80-81.

atau kejadian (objek) dari pada metode wawancara.⁹ Dalam penelitian ini penulis mengamati secara langsung apa yang dilakukan oleh *marketing* ketika mereka memasarkan produk SIRELA.

c. Metode Dokumentasi

Merupakan teknik pengumpulan data tidak langsung ditujukan kepada subyek penelitian, namun melalui dokumen. Yaitu dengan cara mengumpulkan data yang ada sangkut pautnya dengan penelitian, sebagai pelengkap dari hasil wawancara yang telah dilakukan.¹⁰

Dokumentasi dalam penelitian ini berupa dokumen-dokumen baik berupa primer maupun sekunder yang penulis peroleh untuk melengkapi penelitian ini.

4. Metode Analisis Data

Setelah data-data terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data. semua data yang diperoleh baik melalui observasi, wawancara dan dokumentasi diolah atau dianalisis untuk mencapai tujuan akhir penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data secara deskriptif kualitatif yaitu teknik analisis data dengan cara menggambarkan kondisi obyektif dari obyek penelitian dan menguraikan dalam bentuk kalimat berdasarkan data primer dan data sekunder.¹¹

⁹ Ibid, hal. 87.

¹⁰ M Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1996), hal. 159.

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal. 401.

G. Sistematika Penulisan

Agar penulisan Tugas Akhir ini tersusun dengan rapi dan mudah untuk dipahami, maka penulis menyusun sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menguraikan tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini penulis menjelaskan tentang teori-teori Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS), strategi pemasaran, akad *mudharabah* dan analisis SWOT.

BAB III : GAMBARAN UMUM KSPPS BINAMA

Pada bab ini penulis menjelaskan tentang Sejarah KSPPS BINAMA, Visi dan Misi serta Nilai-Nilai Budaya KSPPS Binama, Profesionalisme Sumber Daya Insani, Struktur Organisasi, Uraian tugas masing-masing bagian dan Produk-Produk KSPPS BINAMA dan Kantor Pelayanan KSPPS BINAMA.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis menjabarkan tentang strategi pemasaran pada produk simpanan sukarela lancar (SIRELA) dan analisis SWOT pada produk SIRELA di KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini memuat kesimpulan yang diperoleh dari penelitian, saran yang diberikan oleh penelitian dan penutup.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS)

1. Pengertian KSPPS

Dalam Undang-undang Perkoperasian No. 17 tahun 2012, Koperasi adalah badan hukum yang didirikan oleh orang perseorangan atau badan hukum koperasi, dengan pemisahan kekayaan para anggotanya sebagai modal untuk menjalankan usaha, yang memenuhi aspirasi dan kebutuhan bersama dibidang ekonomi, sosial, dan budaya sesuai dengan nilai dan prinsip koperasi.¹²

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) merupakan entitas keuangan mikro syariah yang unik dan spesifik khas Indonesia. Kiprah KSPPS dalam melaksanakan fungsi dan perannya menjalankan peran ganda yaitu sebagai lembaga bisnis (*tamwil*) dan disisi yang lain melakukan fungsi sosial yakni menghimpun, mengelola dan menyalurkan dana ZISWAF (Zakat, Infak, Shodaqoh, dan Wakaf). Dana ZIS dalam penghimpunan dan pendayagunaan dapat dimanfaatkan untuk kepentingan *charity* (sosialitas), namun demikian sebagian KSPPS menyalurkan dan mendayagunakannya lebih kearah pemberdayaan, khususnya bagi pelaku usaha mikro mustahik. Sementara itu khusus untuk Wakaf Uang, dalam penghimpunan bersifat sosial namun pengelolaan dan pengembangannya harus dalam bentuk “komersial” karena ada amanah *wakif* (pemberi wakaf) untuk memberikan manfaat hasil wakaf untuk diberikan kepada maukufalaih (penerima manfaat).¹³

2. Sejarah dan Perkembangan KSPPS

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) sebelumnya di sebut Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) terlahir dari Baitul Maal wat Tamwil (BMT). Baitul Maal wat Tamwil

¹² Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2012 Tentang Perkoperasian, <http://www.peraturan.go.id/uu/nomor-17-tahun-2012.html>. diakses pada 26 April 2017

¹³ Press Realase Deputy Pembiayaan Pada Acara workshoop, Outlook Usaha Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah 2016, <http://www.pembiayaansyariahkukm.infomateririsilis>. diakses pada 12 April 2017.

merupakan suatu lembaga yang mempunyai dua istilah, yaitu baitul mal dan baitul tamwil. Baitul maal lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang nonprofit, seperti zakat, infak, dan sedekah. Adapun baitul tamwil sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial.¹⁴ Jadi KSPPS merupakan lembaga yang termasuk baitul tamwil.

3. Landasan Hukum KSPPS

KSPPS merupakan lembaga yang terlahir dari BMT, maka sebelum dikeluarkannya dasar hukum untuk KSPPS telah diterbitkan terlebih dahulu dasar hukum untuk BMT.

Pendirian BMT di Indonesia diilhami oleh keluarnya kebijakan pemerintah berdasarkan UU No. 7/1992 tentang Perbankan dan PP No. 72 tentang Bank Perkreditan Rakyat Berdasarkan Bagi Hasil. Ketika bank-bank syariah di beberapa wilayah, BMT-BMT pun tumbuh subur mengikuti kebijakan pemerintah tersebut.¹⁵

Kemudian dasar hukum berdirinya KSPPS yaitu dengan berlakunya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah telah membawa implikasi pada kewenangan Pemerintah Pusat, Pemerintah Provinsi dan Kabupaten/Kota di bidang Perkoperasian. Selain itu berlakunya UU No. 21/2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan dan UU No. 1/2013 tentang Lembaga Keuangan Mikro juga memerlukan penyesuaian nomenklatur (tata nama) tupoksi (tugas pokok dan fungsi) Kementerian Koperasi dan UKM RI terkait kegiatan usaha jasa keuangan syariah. Implikasi ini kemudian diakomodir dalam Paket Kebijakan I Pemerintah Tahun 2015 Bidang Perkoperasian dengan menerbitkan Permenkop dan UKM No. 16/2015 tentang Usaha Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah oleh Koperasi sebagai pengganti menerbitkan Keputusan Menteri Koperasi dan UKM No. 91/2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Kegiatan Usaha Jasa Keuangan Syariah oleh Koperasi,

¹⁴ Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2015), hal. 315-316.

¹⁵ Ibid, hal. 317.

sehingga terjadi perubahan nama KJKS/UJKS Koperasi menjadi KSPPS/USPPS Koperasi.¹⁶

B. Strategi Pemasaran

1. Strategi

a. Pengertian Strategi

Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuannya. Strategi merupakan rencana besar dan rencana penting. Ada beberapa definisi strategi antara lain:

- Menurut Kenneth Andrew, strategi adalah pola sasaran, maksud atau tujuan kebijakan serta rencana. Rencana penting untuk mencapai tujuan itu yang dinyatakan dengan cara seperti menetapkan bisnis yang dianut dan jenis atau akan menjadi jenis apa organisasi tersebut.¹⁷
- Menurut Jack Trout, strategi adalah bagaimana bertahap hidup dalam dunia yang semakin kompetitif, bagaimana membuat persepsi yang baik di benak konsumen, menjadi berbeda, mengenali kekuatan dan kelemahan pesaing, menjadi spesialisasi, menguasai satu kata yang sederhana di kepala, kepemimpinan yang memberi arah dan memahami realitas pasar dengan menjadi yang pertama, kemudian menjadi yang lebih baik.¹⁸

Dari definisi diatas yang dikemukakan oleh para ahli, dapat diambil kesimpulan yaitu suatu proses dimana untuk mencapai tujuan dan berorientasi pada masa depan untuk berinteraksi pada suatu persaingan guna mencapai suatu tujuan. Jadi, strategi dibuat berdasarkan tujuan. Dan tujuan pada dasarnya menganut konsep pemasaran masyarakat adalah memberikan kepuasan kepada masyarakat untuk mendapatkan sejumlah laba atau perbandingan antara penghasilan dan biaya yang menguntungkan. Strategi

¹⁶ Press ..., <http://www.pembiayaanvariabukm.infomateriirisilis>.

¹⁷ Panji Anorgana, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), hal. 339.

¹⁸ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2010), hal. 29.

dibutuhkan oleh semua perusahaan atau organisasi termasuk lembaga keuangan syariah dan bahkan diperlukan oleh individu dalam upaya mencapai tujuan, karena adanya strategi yang dibuat atau direncanakan akan mudah untuk mencapai suatu sasaran yang diperlukan.

2. Pemasaran

a. Pengertian Pemasaran

Pemasaran (*marketing*) adalah suatu proses sosial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan keinginan dari pelanggan melalui proses penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk serta memberikan kepuasan kepada pelanggan.¹⁹

Adapun beberapa definisi pemasaran menurut para ahli antara lain:

- Menurut William J. Sutanto, pemasaran adalah sebagai suatu sistem keseluruhan dari kegiatankegiatan bisnis dalam merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan pembeli.
- Menurut Asosiasi Pemasaran Amerika, pemasaran adalah salah satu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik saham.

Jadi, pemasaran dapat diartikan sebagai suatu proses sosial yang merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dalam rangka memberikan kepuasan yang optimal kepada pelanggan.

b. Tujuan Pemasaran

- 1) Memaksimumkan konsumsi, atau dengan kata, memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.

¹⁹ Sunny T.H. Goh, Khoo, Kheng-Hor, *Marketing Wise*, (Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer, 2005), hal.4.

- 2) Memaksimumkan kepuasan pelanggan melalui berbagai pelayanan uang yang diinginkan nasabah.
- 3) Memaksimumkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.
- 4) Memaksimumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.²⁰

c. Fungsi-fungsi Pemasaran²¹

1. Fungsi Pertukaran

Dengan pemasaran, pembeli dapat membeli produk dari produsen, baik dengan menukar uang dengan produk maupun menukar produk dengan produk (*barter*) untuk dipakai sendiri atau untuk dijual kembali. Pertukaran merupakan salah satu dari empat cara orang mendapatkan suatu produk.

2. Fungsi Distribusi Fisik

Distribusi fisik suatu produk dilakukan dengan mengangkut serta menyimpan produk. Produk diangkat dari produsen mendekati konsumen yang membutuhkan dengan banyak cara, baik melalui air, darat, udara, dan sebagainya. Penyimpanan produk mengedepankan upaya menjaga pasokan produk agar tidak kekurangan saat dibutuhkan.

3. Fungsi Perantara

Untuk menyampaikan produk dari tangan produsen ke tangan konsumen dapat dilakukan melalui perantara pemasaran yang menghubungkan aktivitas pertukaran dengan distribusi fisik. Aktivitas fungsi perantara antara lain pengurangan risiko, pembiayaan, pencarian informasi serta standarisasi dan penggolongan (klasifikasi) produk.

Peter Drucker, seorang ahli manajemen, mengatakan bahwa tujuan pemasaran adalah membuat agar penjual berlebih-lebihan dan

²⁰ M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Penerbit AlfaBeta, 2012), hal. 7-12.

²¹ Dr. Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2016), hal 50-51.

mengetahui serta memahami konsumen dan laku dengan sendirinya. Hal itu bukan berarti bahwa penjualan dan promosi menjadi tidak penting, tetapi keduanya lebih merupakan bagian dari bauran pemasaran (*marketing mix*) yang lebih luas, atau seperangkat alat pemasaran yang harus dimanfaatkan untuk meraih dampak maksimum dari pasar.

3. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Oleh karena itu, penentuan strategi pemasaran harus didasarkan atas analisis lingkungan dan internal perusahaan melalui analisis kesempatan dan ancaman yang dihadapi perusahaan dari lingkungannya. Di samping itu strategi pemasaran yang telah ditetapkan dan dijalankan, harus dinilai kembali, apakah masih sesuai dengan keadaan atau kondisi pada saat ini. Penilaian atau evaluasi ini menggunakan analisis keunggulan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman.²²

Faktor lingkungan yang dianalisis dalam penyusunan strategi pemasaran adalah keadaan pasar atau persaingan, perkembangan teknologi, keadaan ekonomi, peraturan dan kebijakan pemerintah, keadaan sosial budaya dan keadaan politik. Masing-masing faktor ini dapat menimbulkan adanya kesempatan atau ancaman/hambatan bagi pemasaran produk suatu perusahaan. Faktor internal perusahaan yang dianalisis dalam penyusunan strategi pemasaran adalah faktor yang terkait dengan pelaksanaan fungsi perusahaan, yang meliputi

²² Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hal. 168-169.

keuangan/pembelanjaan, pemasaran, produksi serta organisasi dan sumber daya manusia. Masing-masing faktor internal yang terkait dengan fungsi perusahaan tersebut dapat merupakan hal yang menunjukkan adanya keunggulan atau kelemahan perusahaan. Khusus dalam bidang pemasaran, faktor-faktor lingkungan atau eksternal seperti telah diuraikan di atas, adalah faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pimpinan perusahaan (*uncontrollable factors*), sedangkan faktor internal dalam bidang pemasaran adalah faktor yang dapat dikendalikan oleh pimpinan perusahaan umumnya dan pimpinan pemasaran khususnya (*controllable factors*), yang terdiri dari produk, harga, penyaluran/distribusi, promosi, dan pelayanan (*services*).²³

Konsep pemasaran dalam suatu perusahaan harus diorganisasikan secara terpadu dan memerlukan pelaksanaan manajemen pemasaran yang pada hakikatnya merupakan tindakan dari konsep pemasaran.²⁴

Konsep pemasaran (marketing), antara lain²⁵ :

a) Konsep Produksi (*The Production Concepts*)

Konsep ini menyatakan bahwa konsumen menyukai produk yang tersedia selaras dengan kemampuan. Oleh karena itu, manajemen harus berusaha untuk meningkatkan efisiensi produksi dan distribusi.

b) Konsep Produk (*The Product Concepts*)

Dalam konsep ini terkandung pengertian bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas dan prestasi terbaik serta keistimewaan yang menonjol. Oleh karena itu, produsen harus berupaya untuk memperbaiki produk secara terus-menerus.

c) Konsep Penjualan (*The Selling Concepts*)

Konsep ini menyatakan bahwa konsumen tidak akan membeli cukup banyak produk, kecuali jika produsen mengupayakan promosi dan penjualan yang agresif.

²³ Ibid, hal. 169-170.

²⁴ Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2010), hal. 146.

²⁵ Ibid, hal. 147

d) Konsep Pemasaran (*The Marketing Concepts*)

Konsep ini menyatakan bahwa kunci keberhasilan untuk mencapai tujuan bank adalah terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran (*target market*) serta pemberian kepuasan yang diinginkan secara lebih baik daripada yang dilakukan para pesaing.

C. *Mudharabah*

1. Pengertian *Mudharabah*

Istilah “*Mudharabah*” merupakan istilah yang paling banyak digunakan oleh bank-bank Islam. Prinsip ini juga dikenal sebagai “*qiradh*” atau “*muqaradah*”. *Mudharabah* adalah perjanjian atas suatu jenis perkongsian, dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan dana pihak kedua (*mudharib*) bertanggung jawab atas pengelolaan usaha. Keuntungan hasil usaha dibagikan sesuai dengan nisbah porsi bagi hasil yang telah disepakati bersama sejak awal maka kalau rugi shahibul maal akan kehilangan sebagian imbalan dari hasil kerja keras dan managerial skill selama proyek berlangsung.²⁶

Secara istilah, *mudhārabah* adalah akad kerja sama antara *shāhib al-māl* (pemilik modal) dengan *mudhārib* (yang mempunyai keahlian atau keterampilan) untuk mengelola suatu usaha yang produktif dan halal. Hasil dari penggunaan dana tersebut dibagi bersama berdasarkan nisbah yang disepakati, jika terjadi kerugian ditanggung *shāhib al-māl*.

Menurut istilah Syarak, *mudharabah* dikenal sebagai suatu akad atau perjanjian atas sekian uang untuk dipertindakan oleh *amil* (pengusaha) dalam perdagangan, kemudian keuntungannya dibagikan diantara keduanya menurut syarat-syarat yang ditetapkan terlebih dahulu, baik dengan sama rata maupun dengan kelebihan yang satu atas yang lain.

Tujuan akad *mudharabah* adalah supaya ada kerjasama kemitraan antara pemilik harta (modal) yang tidak ada pengalaman dalam perniagaan perusahaan atau tidak ada peluang untuk berusaha sendiri

²⁶ Antonio Syafi'i Muhammad, *Bank Syariah*, (Jakarta: Gema Insani, 1990), hlm.135.

dalam lapangan perniagaan, perindustrian dan sebagiannya dengan orang berpengalaman di bidang tersebut tapi tidak punya modal. Ini merupakan suatu langkah untuk menghindari menyia-nyiakan modal pemilik harta dan menyia-nyiakan keahlian tenaga ahli yang tidak mempunyai modal untuk memanfaatkan keahlian mereka.²⁷

Menurut penjelasan atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 9/19/PBI/2007 tentang pelaksanaan prinsip syariah dalam kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa bank syariah, menjelaskan tentang yang dimaksud *mudharabah* adalah sebagai berikut:

Mudharabah adalah transaksi penanaman dana dari pemilik dana (*shahibul maal*) kepada pengelola dana (*mudharib*) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu yang sesuai syariah, dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya.

2. Landasan Hukum *Mudharabah*

a. Al Qur'an

Ketentuan Al Qur'an mengenai prinsip *mudharabah* terdapat dalam QS. Al-Jumu'ah ayat 10.

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ
وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.”

Dari ayat Al Qur'an di atas pada intinya adalah berisi dorongan bagi setiap manusia untuk melakukan perjalanan usaha. Dalam dunia modern seperti sekarang ini siapa saja akan menjadi lebih mudah

²⁷ Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*, (Jakarta; PT. Grasindo, 2005), hlm.34.

untuk melakukan investasi yang benar-benar sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, antara lain melalui tabungan *mudharabah*.²⁸

b. Hadist

Hadist Riwayat Thabrani dari Ibnu Abbas

Artinya: “Jika memberi dana ke mitra usahanya secara *mudharabah* ia mensyaratkan agar dananya tidak di bawa mengarungi lautan, menuruni lembah yang berbahaya, atau membeli ternak. Jika menyalahi peraturan tersebut, yang bersangkutan bertanggung jawab atas dana tersebut. disampaikanlah syarat-syarat tersebut kepada Rasulullah Saw., dan Rasulullah pun membolehkannya.”

3. Rukun dan Syarat *Mudharabah*

a) Rukun dari akad *mudharabah* yang harus dipenuhi dalam transaksi ada beberapa, yaitu:

- Pelaku akad, yaitu *shahibul maal* (pemodal) adalah pihak yang memiliki modal tetapi tidak bisa berbisnis, dan *mudharib* (pengelola) adalah pihak yang pandai berbisnis, tetapi tidak memiliki modal.
- Objek akad, yaitu modal (*maal*), kerja (*dharabah*), dan keuntungan (*ribh*); dan
- *Shighah*, yaitu Ijab dan Qabul.

b) Syarat-syarat khusus yang harus dipenuhi dalam *mudharabah* terdiri dari syarat modal dan keuntungan:

- Modal harus berupa uang
- Modal harus jelas dan diketahui jumlahnya
- Modal harus tunai bukan utang
- Modal harus diserahkan kepada mitra kerja.

Sedangkan syarat keuntungan, yaitu keuntungan harus jelas ukurannya, dan keuntungan harus dengan pembagian yang disepakati kedua belah pihak.

²⁸ Anshari, *Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2009), hlm.93.

D. Analisis SWOT

1. Pengertian Analisis SWOT

Metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Analisis SWOT diterapkan dengan menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya, kemudian menerapkannya kedalam gambar matrik SWOT, dimana aplikasinya adalah bagaimana kekuatan mampu mengambil keuntungan dari peluang yang ada, selanjutnya bagaimana kekuatan mampu menghadapi ancaman yang ada, dan terakhir adalah bagaimana cara mengatasi kelemahan yang mampu membuat ancaman menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru. Berikut penjelasan mengenai analisis SWOT:

- a. S = *Strenght* / kekuatan adalah suatu keunggulan sumber daya, ketrampilan atau kemampuan lainnya yang relatif terhadap pesaing dan kebutuhan dari pasar yang dilayani atau hendak dilayani oleh perusahaan.
- b. W = *Weaknesses* / kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, ketrampilan dan kemampuan yang secara serius menghalangi kinerja efektif suatu perusahaan.
- c. O = *Opportunities* / peluang merupakan situasi atau kondisi utama yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan.
- d. T = *Threats* / ancaman merupakan situasi atau kondisi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan.

Dari definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT digunakan untuk menganalisis kondisi internal maupun eksternal suatu organisasi yang selanjutnya akan digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi dan program kerja.

2. Manfaat, Tujuan, dan Fungsi Analisis SWOT

a. Manfaat Analisis SWOT

- Analisis SWOT dapat membantu melihat suatu persoalan dari empat sisi sekaligus yang menjadi dasar sebuah analisis persoalan, yaitu kekuatan, kelemahan, kesempatan/peluang, dan ancaman.
- Analisis SWOT mampu memberikan hasil berupa analisis yang cukup tajam sehingga mampu memberikan arahan ataupun rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan sekaligus menambah keuntungan berdasarkan sisi peluang yang ada, sambil mengurangi kekurangan dan juga menghindari ancaman.
- Analisis SWOT dapat membantu kita “membedah” organisasi dari empat sisi yang dapat menjadi dasar dalam proses identifikasinya dan dengan analisis ini kita dapat menemukan sisi-sisi yang terkadang terlupakan atau tidak terlihat selama ini.
- Analisis SWOT dapat menjadi instrumen yang cukup ampuh dalam melakukan analisis strategi, sehingga dapat menemukan langkah yang tepat dan terbaik sesuai dengan situasi pada saat itu.

b. Tujuan Analisis SWOT

Tujuan analisis SWOT adalah untuk membenarkan faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) perusahaan yang telah di analisis. Perusahaan harus dapat mengolah untuk mempertahankan peluang agar perusahaan dapat bertahan apabila terdapat kesalahan, serta mengetahui kelemahan yang dihadapi agar menjadi kekuatan serta mengatasi ancaman menjadi peluang.

c. Fungsi Analisis SWOT

Fungsi analisis SWOT adalah untuk menganalisa mengenai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan yang dilakukan melalui telaah terhadap kondisi internal perusahaan, serta analisa mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan yang dilakukan melalui telaah terhadap kondisi eksternal perusahaan.²⁹

²⁹ Ismail Sholihin, *Manajemen Strategi* (Jakarta: Erlangga, 2012), hal.169.

3. Formulasi Strategi

Penyusunan formulasi strategi dibuat berdasarkan hasil analisis SWOT. Yaitu dengan menggabungkan berbagai indikator yang terdapat dalam kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Model penggabungannya menggunakan matriks SWOT. Namun tidak semua rencana strategi yang disusun dari matriks SWOT ini digunakan seluruhnya. Strategi yang dipilih adalah strategi yang dapat memecahkan isu strategi perusahaan.³⁰

Tabel 2.1 Matrik SWOT

OT	SW	<i>Strenght</i> (kekuatan)	<i>Weaknesses</i> (kelemahan)
		Menentukan faktor–faktor yang menjadi kekuatan internal KSPPS Binama Cab. Kaliwungu	Menentukan faktor–faktor yang menjadi kelemahan internal KSPPS Binama Cab. Kaliwungu
<i>Opportunities</i> (peluang)	Menentukan faktor–faktor yang menjadi peluang eksternal KSPPS Binama Cab. Kaliwungu	Strategi SO Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan KSPPS Binama Cab. Kaliwungu untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan KSPPS Binama Cab. Kaliwungu untuk memanfaatkan peluang
<i>Threats</i> (ancaman)	Menentukan faktor–faktor yang menjadi ancaman eksternal KSPPS Binama Cab. Kaliwungu	Strategi ST Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan KSPPS Binama Cab. Kaliwungu untuk mengatasi ancaman yang ada	Strategi WT Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan KSPPS Binama Cab. Kaliwungu dan menghindari ancaman

³⁰ Freddy Rangkuti, *SWOT BALANCED SCORECARD (teknik menyusun strategi kooparat yang efektif plus cara mengelola kinerja dan resiko)*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013), hal. 64.

Keterangan :

1) Strategi SO (*Strength-Opportunities*)

Strategi SO atau strategi kekuatan–peluang, yaitu strategi yang menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang ada (Rangkuti, 2005: 31).

2) Strategi ST (*Strength-Threat*)

Strategi ST atau strategi kekuatan–ancaman, yaitu strategi yang menggunakan kekuatan untuk menghindari maupun mengurangi dampak ancaman dari faktor eksternal (Rangkuti, 2005: 32).

3) Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*)

Strategi WO atau strategi kelemahan–peluang, yaitu strategi yang bertujuan untuk meminimalkan kelemahan yang ada dengan memanfaatkan peluang yang ada (Rangkuti, 2005: 32).

4) Strategi WT (*Weaknesses-Threat*)

Strategi WT atau strategi kelemahan–ancaman, yaitu strategi untuk mengurangi kelemahan perusahaan serta menghindari ancaman dari faktor eksternal (Rangkuti, 2005: 32).

Setelah diketahui strategi apa saja yang dihasilkan maka dapat disimpulkan dari hasil analisis SWOT untuk pengembangan sebagai berikut:

- a. Jika faktor kekuatan dan faktor peluang lebih dominan atau lebih besar dari faktor kelemahan dan faktor ancaman maka dapat disimpulkan bahwa KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu sudah mampu bersaing dengan pesaing yang sudah ada.
- b. Namun jika faktor kekuatan dan faktor peluang lebih kecil bila dibandingkan dengan faktor kelemahan dan faktor ancaman maka KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu perlu melakukan evaluasi dan tindakan lebih terhadap kendala yang ada untuk memperkuat posisi KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu sebelum bersaing dengan yang lain.

BAB III

GAMBARAN UMUM KSPPS BINAMA

A. Sejarah Berdirinya KSPPS BINAMA

Pada tanggal 18 Agustus 1993, secara resmi berdirilah Koperasi Serba Usaha (KSU) BINAMA melalui Anggaran Dasar 1 pada tahun 1996, disahkan badan hukum KSU BINAMA dengan Nomor: 1210A/BH/PAD/KWK.11X/96 tanggal 31 Oktober 1996.

KOPERASI SYARIAH BINAMA dirintis oleh para aktivis muda didukung para toko masyarakat, didasarkan pada pemikiran bahwa masih jarang lembaga keuangan yang mengakses keuangan bahwa yang bertujuan untuk pertumbuhan atau pemberdayaan usaha kecil KSPPS BINAMA (Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Bina Niaga Utama) adalah lembaga keuangan berbadan hukum koperasi yang bergerak di bidang jasa keuangan syariah, yaitu melayani anggota dan calon anggota akan kebutuhan produk pendanaan dan pembiayaan syariah dngan mengacu pada proses pembangunan ekonomi kerakyatan.

Selanjutnya menyesuaikan ketentuan Keputusan Menteri Negara Koperasi dan UKM RI dilakukan perubahan Anggaran Dasar tahun 2016 yang telah disahkan oleh Surat Keputusan Gubernur Jawa Tengah tahun 2016, diantaranya penggantian istilah dari KJKS Binama menjadi KSPPS BINAMA.³¹

B. Legalitas KSPPS BINAMA

Dalam operasionalnya legalitas KSPPS BINAMA berbadan Hukum Nomor: 1210A/BH/PAD/KWK.11/X/96 tanggal 31 Oktober 1996 dan telah melakukan perubahan Anggaran Dasar Nomor: 08 tanggal 19 Mei 2010 yang telah disahkan oleh Gubernur Jawa Tengah dengan SK Nomor: 09/PAD/KDK.11/VI/2010 tanggal 29 Juni 2010.³²

³¹ *Company Profile* BINAMA

³² Website BMT BINAMA

C. Visi dan Misi KSPPS BINAMA

Dalam menjalankan tugasnya sebagai lembaga keuangan syariah, KSPPS BINAMA memiliki visi dan misi sebagai berikut:

Visi : “Menjadi Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah terbaik di Jawa Tengah.”

Misi : “Mewujudkan KSPPS BINAMA yang:

- 1. Berkinerja unggul dan berkesinambungan, yaitu senantiasa tumbuh, berkembang dan berpredikat sehat dari tahun ke tahun,**
- 2. Memiliki Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas dan berdedikasi tinggi,**
- 3. Memiliki anggota yang loyal,**
- 4. Memberi kontribusi yang optimal dalam pengembangan ekonomi dan kesejahteraan bagi anggota.**

D. Profesionalisme Sumber Daya Insani

KSPPS Binama diunggulkan adanya sumber daya insani yang profesional dan mengedepankan nilai Sumber Daya Insani sebagai berikut:

1. Sifat *Shidiq* (benar) adalah bukan hanya perkataan yang benar, tetapi perbuatannya juga benar, sejalan dengan ucapannya.
2. Sifat *Istiqomah* (tekun) adalah kesanggupan dalam mencapai sesuatu yang diinginkan.
3. Sifat *Fatabiqul Khoirot* (berlomba dalam kebaikan) adalah siapa yang lebih cepat dalam mengerjakan kebaikan maka dia lebih baik dari yang lainnya.
4. Sifat *Amanat* (dapat dipercaya) adalah jika satu urusan diserahkan kepadanya, niscaya orang yang percaya bahwa urusan itu akan dilaksanakan dengan baik.
5. Sifat *Ta'awun* (kerjasama) adalah bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja asalkan kita melihat saudara kita yang butuh pertolongan dan siap untuk menolongnya.³³

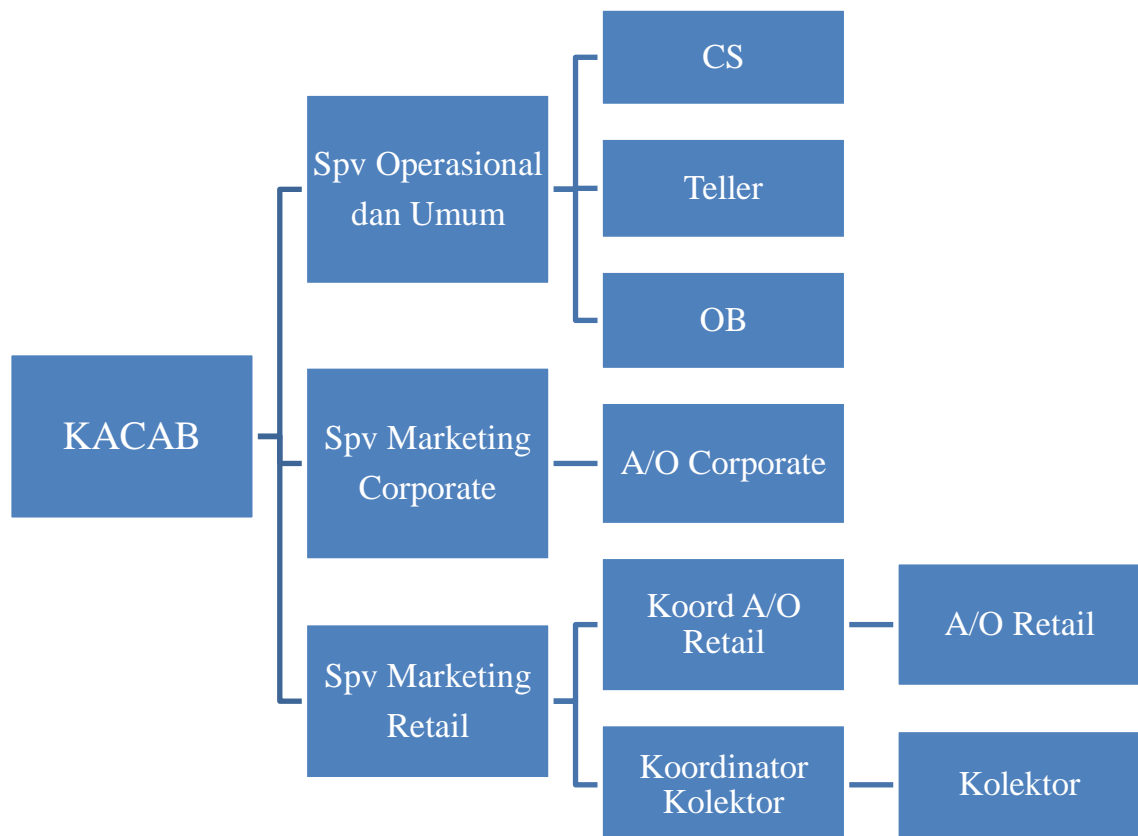
³³ *Company Profil KSPPS BINAMA*

E. Struktur Organisasi KSPPS BINAMA

- **Dewan Pengawas Syariah** : Drs. H. Wahab Zaenuri, MM
 - DPS : Drs. H. Rozihan, SH, M.Ag
- **Pengawas** : Dr. Hj. Sri Nawatmi, SE. MSi
 - Anggota 1 : Yani Kartika Sari, SH
 - Anggota 2 : Nurlaela Suryadewi Choirunnisa, SE
- **Pengurus :**
 - Ketua : Agus Mubarak, SE
 - Sekretaris : Moh. Effendi Yulistanty, SE
 - Bendahara : Kartiko Adi Wibowo, SE. MM
- **Pengelola :**
 - Manajer : Diah Fajar Astuti, SE
 - Kepala Cabang
 - 1) Kepala Cabang Tlogosari : Danang Widjanarko, SE
 - 2) Kepala Cabang Ngaliyan : Mugiyono, SE
 - 3) Kepala Cabang Mranggen : Umbara Ranuaji, SE
 - 4) Kepala Cabang Kaliwungu : Waskitho Budi Hayu, SEI
 - 5) Kepala Cabang Weleri : Retno Indriati, SE
 - 6) Kepala Cabang Batang : M. Mudrik Tanthowi, SE
 - 7) Kepala Cabang Ungaran : Nindy Wahyono, SE
 - 8) Kepala Cabang Magelang : Widya Alfinawati

Struktur Organisasi KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu

Tabel 1.1 Struktur KSPPS Binama cabang Kaliwungu, Kendal³⁴



³⁴ www.binama.ac.id

F. Uraian Tugas masing-masing bagian :

- 1) Kepala Cabang bertugas sebagai pimpinan cabang di perusahaan, selain itu Kepala Cabang memeriksa berkas anggota, apakah pengajuan pembiayaan anggota itu diterima atau ditolak.
- 2) Spv Operasional dan Umum bertugas menangani kegiatan operasional perusahaan, baik yang pengeluaran atau pemasukan didalam perusahaan.
- 3) Spv Marketing Corporate bertugas memantau kinerja AO yang menangani pembiayaan skala besar dalam arti pembiayaan < 25 juta, dan mengawasi tingkat perkembangan pada pembiayaan corporate tiap bulannya.
- 4) Spv Marketing Ritail bertugas memantau perkembangan kinerja AO yang menangani pembiayaan skala kecil / ritail dalam arti pembiayaan > 25, dan mengawasi apakah mengalami peningkatan atau sebaliknya.
- 5) Customer Service bertugas melayani anggota baik dari pembuatan rekening, pembiayaan, komplain anggota ketika ada pelayanan yang kurang puas atau penutupan buku tabungan dll.
- 6) Teller bertugas melayani anggota yang ingin melakukan penarikan maupun penyetoran.
- 7) OB (*Office Boy*) tugasnya berkaitan dengan kebutuhan administrasi perusahaan, selain itu, mengakomodir semua pekerjaan dari clean up urusan konsumsi karyawan.
- 8) Account Officer Corporate bertugas sebagai marketing yang mengurus pembiayaan yang skala besar (*corporate*).
- 9) Koordinator Account Officer retail bertugas mengakomodir semua yang berkaitan dengan kinerja yang dijalankan oleh AO retail.
- 10) Koordinator Kolektor bertugas mengakomodir semua yang berkaitan dengan kinerja yang dijalankan oleh kolektor.
- 11) Account Officer Retail bertugas sebagai marketing yang mengurus pembiayaan yang skala kecil (*retail*).

- 12) Kolektor bertugas jemput bola dengan kata lain menghampiri anggota yang ingin menabung atau yang ingin membayar angsuran pembiayaan.

G. Produk-Produk KSPPS BINAMA

1. Produk Simpanan (Pengerahan Dana)

Sistem yang digunakan oleh KSPPS BINAMA baik dalam produk *Funding* (Simpanan) maupun *Financing* (Pembiayaan) adalah dengan sistem Syariah (Bagi Hasil). Produk KSPPS BINAMA terdiri dari produk simpanan dan pembiayaan, untuk tugas akhir ini akan membahas mengenai produk simpanan di KSPPS BINAMA.

Produk pengerahan dana terdiri dari beberapa jenis simpanan, antara lain:

a) SIRELA (Simpanan Sukarela Lancar)

Yaitu simpanan *Mudharabah* yang penarikan dan penyetorannya dapat dilakukan setiap saat. Bagi hasil keuntungan diberikan setiap bulan atas saldo rata-rata harian dan langsung menambahkan simpanan tersebut.

Ketentuan dan Syarat Pembukaan rekening SIRELA antara lain:

1. Penyimpanan dapat dilakukan perorangan/lembaga,
2. Mengisi permohonan keanggotaan dan pembukaan rekening simpanan,
3. Menyerahkan fotocopy identitas diri (KTP/SIM),
4. Setoran awal minimal Rp 25.000,-
5. Setoran selanjutnya minimal Rp 10.000,-

Keutamaan SIRELA antara lain:

- Penyetoran dan Penarikan dapat dilakukan sewaktu-waktu.
- Dapat dijadikan jaminan pembiayaan.
- Dilengkapi dengan layanan jemput bola, untuk kemudahan transaksi baik setoran maupun penarikan diantar langsung oleh petugas kami ke tempat tujuan anggota.
- Bebas biaya administrasi bulanan, bagi saldo yang terjaga di atas Rp 100.000,-.

- Bagi anggota yang saldo rata-rata per bulan mencapai 1 juta maka akan memperoleh 1 poin undian dan berlaku kelipatan.

b) SISUKA (Simpanan Sukarela Berjangka)

Yaitu produk yang berguna untuk investasi jangka panjang, dengan jangka waktu yang beragam, yaitu 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan.

Ketentuan dan Syarat Pembukaan rekening SISUKA antara lain:

1. Penyimpanan dapat dilakukan perorangan/lembaga,
2. Mengisi permohonan keanggotaan dan pembukaan rekening simpanan,
3. Menyerahkan fotocopy identitas diri (KTP/SIM),
4. Setoran awal minimal Rp 100.000,-

Keutamaan SISUKA antara lain :

- Sebagai sarana Investasi Jangka Panjang.
- Dapat dijadikan jaminan pembiayaan di KSPPS BINAMA.
- Jangka waktu beragam dan bagi hasil kompetitif serta menguntungkan dengan nisbah bagi hasil:
 - 3 Bulan = 45% : 55%
 - 6 Bulan = 50% : 50%
 - 12 Bulan = 55% : 45%

c) TASAQUR (Tabungan Persiapan Qurban)

Yaitu produk yang menggunakan akad *Mudharabah*. Tujuan pokok tabungan ini adalah sebagai sarana persiapan ibadah Qurban bagi anggota dengan setoran yang fleksibel sehingga memudahkan anggota dalam perencanaan ibadah Qurban. Disamping itu peluang untuk mendapatkan hadiah kambing setiap tahunnya.

Ketentuan dan Syarat Pembukaan rekening TASAQUR antara lain :

1. Penyimpan dapat dilakukan perorangan/lembaga,
2. Mengisi permohonan pembukaan rekening simpanan,
3. Menyerahkan fotocopy identitas diri (KTP/SIM),
4. Setoran awal minimal Rp 25.000,-

5. Setoran selanjutnya minimal Rp 10.000,-

Keutamaan TASAQUR antara lain:

- Penyetoran dapat dilakukan sewaktu-waktu.
- Penarikan Simpanan dilakukan secara periodik satu tahun sekali yaitu pada bulan Dzulhijjah.
- Peruntukan khusus sebagai dana untuk melaksanakan ibadah Qurban.
- Nisbah bagi hasil = 25% : 75%.
- Berhadiah kambing setiap tahun, berlaku bagi anggota dengan saldo rata-rata perbulan mencapai 250 ribu dan berlaku kelipatan.

d) Tabungan THAWAF (Tabungan Persiapan Haji dan Umroh)

Yaitu produk yang dikhususkan sebagai sarana persiapan ibadah Haji dan Umroh bagi anggota, dengan setoran yang fleksibel sehingga memudahkan anggota dalam perencanaan ibadah Haji dan Umroh serta perolehan bagi hasil yang kompetitif setara dengan simpanan berjangka 3 bulan.

Ketentuan dan Syarat Pembukaan rekening Tabungan THAWAF antara lain :

1. Menyimpan diperuntukkan perorangan,
2. Mengisi permohonan keanggotaan dan pembukaan rekening simpanan,
3. Menyerahkan fotocopy identitas diri (KTP/SIM),
4. Setoran awal minimal Rp 25.000,-
5. Setoran selanjutnya minimal Rp 10.000,-

Keutamaan Tabungan THAWAF antara lain :

- Penyetoran dapat dilakukan sewaktu-waktu.
- Peruntukannya khusus sebagai dana simpanan persiapan pelaksanaan ibadah Haji atau Umroh.
- Nisbah bagi hasil = 45% : 55%.
- Bebas biaya administrasi bulanan.
- Hanya dapat dilakukan untuk tujuan biaya pelunasan ONH atau Umroh.

e) TARBIAH (Tabungan Arisan Berhadiah)

Merupakan produk kombinasi dari sistem arisan dan tabungan dengan spesifikasi pada perolehan arisan, dimana setiap peserta yang keluar nomor rekeningnya saat diundi maka ia tidak memiliki kewajiban untuk menyetor lagi pada bulan berikutnya. Keuntungan produk ini dalam pengembangan ekonomi umat adalah perputaran dananya yang jangka panjang.

Ketentuan dan Syarat Pembukaan rekening TARBIAH antara lain :

1. Penyimpanan diperuntukkan perorangan,
2. Mengisi permohonan keanggotaan dan pembukaan rekening simpanan,
3. Menyerahkan fotocopy identitas diri (KTP/SIM),
4. Setoran awal dan setoran selanjutnya sesuai ketentuan,
5. Hanya rekening aktif yang berhak ikut pada pembukaan TARBIAH Bulanan.

Keutamaan TARBIAH antara lain :

- Setiap rekening yang keluar pada saat pembukaan arisan berhak mendapatkan hadiah-hadiah berupa uang maupun barang.
- Bila nomor rekening salah satu anggota keluar saat pembukaan arisan dan berhak atas dana arisan, maka anggota tersebut tidak perlu membayar setoran lagi, karena kelebihan uang dari saldo TARBIAH anda adalah hadiah dari kami. Dan anggota masih berkesempatan memperoleh hadiah istimewa dan hadiah hiburan.
- Anggota dapat mempunyai lebih dari satu rekening Tarbiah, sehingga kesempatan mendapatkan hadiah lebih besar.
- Dapat menjadikan simpanan jangka panjang yang aman, karena pencairan Tarbiah hanya dapat dilakukan pada saat jatuh tempo.
- Dapatkan souvenir cantik setiap pembukaan rekening.

f) Simpanan Pokok dan Simpanan Wajib

Simpanan pokok yaitu simpanan yang harus dibayarkan anggota koperasi saat pertama kali menjadi anggota. Simpanan pokok hanya dilakukan sekali selama menjadi anggota dan jumlahnya ditentukan oleh koperasi. Sedangkan simpanan wajib yaitu simpanan yang dimiliki oleh anggota, besarnya ditetapkan/disepakati oleh seluruh anggota koperasi. “Simpanan pokok dan simpanan wajib tidak bisa diambil oleh anggota kecuali anggota tersebut keluar dari koperasi.”

Ketentuan dan Syarat menjadi ANGGOTA KOPERASI antara lain :

- Penyimpan diperuntukkan perorangan,
- Mengisi permohonan keanggotaan dan pembukaan rekening simpanan,
- Memiliki kemampuan penuh untuk melakukan tindakan hukum,
- Bersedia membayar simpanan pokok Rp 10.000,- dan simpanan wajib yang besarnya ditentukan dalam Anggaran Rumah Tangga dan atau Keputusan Rapat Anggota Tahunan,
- Menyetujui isi Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga dan ketentuan yang berlaku dalam koperasi,
- Bertempat tinggal kedudukan dan berdomisili di dalam wilayah Provinsi Jawa Tengah,
- Mendapat persetujuan dari pengurus.³⁵

2. Produk Penyaluran Dana atau Pembiayaan

a) **Modal Usaha** adalah pembiayaan yang ditujukan untuk menambah atau mengembangkan usaha yang sudah berjalan agar tetap maju dan mengalami peningkatan.

Syarat administrasi pembiayaan Modal Usaha yaitu:

1. Formulir Pengajuan Pembiayaan,
2. Fotocopy KTP Suami/Istri, Kartu Keluarga,
3. Fotocopy Surat Nikah (untuk yang sudah menikah),

³⁵ *Buku Katalog KSPPS BINAMA*

4. Fotocopy Transaksi Tabungan 6 bulan terakhir,
5. Fotocopy Sertifikat atau BPK.

b) Serba Serbi adalah pembiayaan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan serbaguna yang bersifat konsumtif dan produktif (contoh : renovasi rumah, membeli laptop, handphone, mebel, kulkas, dll).

Syarat administrasi pembiayaan Serba Serbi yaitu:

1. Formulir Pengajuan Pembiayaan,
2. Fotocopy KTP Suami/Istri, Kartu Keluarga,
3. Fotocopy Rekening Listrik, Telepon, PAM,
4. Slip Gaji dan Surat Keterangan Kerja bagi karyawan,
5. Fotocopy Transaksi Tabungan 6 bulan terakhir,
6. Fotocopy Sertifikat atau BPKB.

c) Kepemilikan Kendaraan Bermotor (KpKB) yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk anggota dalam memenuhi kebutuhan yang berupa pembelian kendaraan bermotor atau mobil baik baru maupun second.

Syarat administrasi pembiayaan KpKB yaitu:

1. Formulir Pengajuan Pembiayaan,
2. Fotocopy KTP Suami/Istri, Kartu Keluarga,
3. Fotocopy Rekening Listrik, Telepon, PAM,
4. Slip Gaji dan Surat Keterangan Kerja bagi karyawan,
5. Fotocopy Transaksi tabungan 6 bulan terakhir,
6. Fotocopy BPKB kendaraan yang dibeli.

d) Pembiayaan Pendidikan, Pada saat itu bertepatan pada hari pendidikan tahun 2013, KSPPS BINAMA kembali menggelar program pembiayaan yang dikhususkan untuk pendidikan bagi anggota KSPPS BINAMA.

Syarat administrasi pembiayaan Pendidikan yaitu:

1. Formulir Pengajuan Pembiayaan,
2. Fotocopy KTP Suami/Istri, Kartu Keluarga,
3. Fotocopy Rekening, Listrik, Telepon, PAM,
4. Fotocopy Bukti Penghasilan, Buku Tabungan,
5. Fotocopy BPKB, STNK, Sertifikat, PBB, STTS,

6. Surat Keterangan diterima di lembaga pendidikan yang bersangkutan,
7. Nota pembelian sarana pendidikan.

Ketentuan Khusus:

- a. Tujuan pemberian pembiayaan untuk digunakan biaya pendidikan dan pembelian sarana pendidikan
- b. Pemberian plafon pembiayaan yaitu mulai dari Rp 1.000.000,- sampai dengan Rp 10.000.000,-
- c. Jangka waktu yang diberikan anggota dalam membayar pembiayaan tersebut yaitu :
 - Plafon 1 juta – 5 juta rupiah : 1 tahun
 - Plafon 6 juta – 10 juta rupiah : 2 tahun
 - Margin pembiayaan 1,25%.
 - Biaya administrasi 2% dari plafon yang diberikan kepada anggota.
- e) **Kepemilikan Tanah (KpT)** adalah produk untuk membantu memenuhi kebutuhan kepemilikan tanah. Yang mana besaran margin yang ditetapkan yakni 1,5% hingga 1,6% tergantung besarnya dana yang dibutuhkan oleh anggota, semakin besar dana yang diajukan maka semakin kecil margin yang ditetapkan oleh pihak KSPPS BINAMA. Produk ini khusus diperuntukkan hanya untuk pembiayaan kepemilikan tanah dengan biaya administrasi sebesar 1% dari dana pokok pembiayaan. Pembiayaan ini mewajibkan untuk dikenai asuransi. Jangka waktu yang diberlakukan yakni maksimal 60 bulan dan sertifikat tanah yang dibeli harus dibalik nama atas nama pemohon secara notariil.

Syarat administrasi pembiayaan KpT yaitu:

1. Formulir Pengajuan Pembiayaan,
2. Fotocopy KTP Suami/Istri, Kartu Keluarga,
3. Fotocopy Rekening Listrik, Telepon, PAM,
4. Slip Gaji dan Surat Keterangan Kerja bagi karyawan,
5. Fotocopy Transaksi Tabungan 6 bulan terakhir,

6. Fotocopy Sertifikat Tanah Kapling yang dibeli.

- f) Griya Idaman** adalah produk penyaluran dana guna pembiayaan kepemilikan rumah yang mana margin yang ditetapkan yakni 1,3% hingga 1,5% tergantung besarnya dana yang dibutuhkan. Produk ini khusus hanya diperuntukkan pembiayaan kepemilikan rumah dan tidak berlaku untuk hal lain.

Syarat administrasi pembiayaan Griya Idaman yaitu:

1. Formulir Pengajuan Pembiayaan,
2. Fotocopy KTP Suami/Istri, Kartu Keluarga,
3. Fotocopy Rekening Listrik, Telepon, PAM,
4. Slip Gaji dan Surat Keterangan Kerja bagi karyawan,
5. Fotocopy Transaksi Tabungan 6 bulan terakhir,
6. Fotocopy Sertifikat Rumah yang dibeli.

- g) Pembiayaan Multi Jasa** adalah pembiayaan dengan syarat yang mudah guna membiayai kebutuhan anggota dalam rangka memperoleh manfaat atas suatu jasa (contoh: biaya kesehatan, biaya pendidikan, biaya pernikahan, biaya umroh, dan jasa lainnya yang halal).

Syarat administrasi pembiayaan Multi Jasa yaitu:

1. Formulir Pengajuan Pembiayaan,
2. Fotocopy KTP Suami/Istri, Kartu Keluarga,
3. Fotocopy Rekening Listrik, Telepon, PAM,
4. Slip Gaji dan Surat Keterangan Kerja bagi karyawan,
5. Fotocopy Transaksi Tabungan 6 bulan terakhir,
6. Fotocopy Sertifikat atau BPKB.

- h) Talangan Haji dan Umroh** adalah pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pendaftaran porsi haji dan umroh.

Syarat administrasi pembiayaan Talangan Haji dan Umroh yaitu:

1. Formulir Pengajuan Pembiayaan
2. Fotocopy KTP Suami/Istri, Kartu Keluarga, Surat Nikah,
3. Slip Gaji dan Surat Keterangan Kerja bagi karyawan,
4. Melampirkan Rekening Listrik, Telepon dan PAM,

5. Fotocopy Rekening Tabungan selama 6 bulan terakhir,
6. Fotocopy Jaminan (berupa BPKB atau Sertifikat dan PBB).

H. Kantor Pelayanan KSPPS Binama

a) Kantor Pusat :

Ruko ANDA Kav. 7A, Jl. Tlogosari Raya 1, Semarang,
Telp: (024) – 6702792

b) Kantor Cabang :

▪ Semarang Tlogosari

Ruko ANDA Kav. 4-5, Jl. Tlogosari Raya 1, Semarang.
Telp: (024) – 6702790

▪ Semarang Ngaliyan

Ruko Segitiga Emas Blok B. 5, Jl. Prof. Dr. Hamka, Semarang.
Telp: (024) – 76670622

▪ Demak Mranggen

Jl. Bandungrejo No 121 A, Demak.
Telp: (024) – 76415601

▪ Kaliwungu

Jl. Sukarno Hatta, Karangtengah, Kaliwungu.
Telp: (0294) – 3691463

▪ Weleri

Ruko Weleri Square No. 2, Jl. Raya Barat, Weleri.
Telp: (0294) – 643440

▪ Batang

Ruko Yos Sudarso No. 1 G, Jl. Yos Sudarso, Batang.
Telp: (0285) – 392074

▪ Ungaran

Ruko Ungaran Center Kav. 8, Jl. Letjen Suprpto, Ungaran.
Telp: (024) – 76902517

▪ Magelang

Ruko Metro Square No. 8 D, Jl. Bambang Sugeng Mertoyudan,
Magelang.
Telp: (0293) – 327299

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Strategi Pemasaran pada produk SIRELA di KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu

SIRELA (Simpanan Sukarela Lancar) merupakan simpanan dengan akad *mudharabah* dimana penarikan dan penyetorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kerja. Bagi hasil keuntungan diberikan setiap bulan atas saldo rata-rata harian dan langsung menambahkan simpanan tersebut. Setiap perubahan atas besarnya nisbah bagi hasil, akan diumumkan di KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu dan semua penyimpan dianggap mengetahuinya. Bisa dilayani dengan jemput bola untuk kemudahan transaksi baik setoran maupun penarikan yang diantar langsung oleh marketing KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu.

Strategi pemasaran yang sudah diterapkan KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu meliputi strategi jemput bola dan memberikan pelayanan semaksimal mungkin agar anggota merasa nyaman dan puas. Namun strategi pemasaran baru yang lebih inovatif dan disesuaikan dengan keadaan saat ini sangat diperlukan. Seperti yang sudah dijelaskan Ibu Yani Kartika selaku Anggota Pengawas 1 KSPPS BINAMA Semarang bahwa tahap awal dalam perencanaan dan penyusunan strategi pemasaran produknya adalah mengkaji analisis lingkungan yang meliputi lingkungan internal dan lingkungan eksternal KSPPS. Hasil dari analisis lingkungan internal dan eksternal akan diketahui faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dapat memperlancar ataupun menghambat perkembangan KSPPS BINAMA. Dalam kegiatan pemasaran ini tidak hanya mencakup kegiatan menjual dan mempromosikan produk saja tetapi terdapat unsur dalam strategi pemasaran, seperti bauran pemasaran.

Adapun pihak-pihak yang memasarkan produk SIRELA yang dilakukan antara lain:

1. Staf marketing

Pemasaran yang dilakukan staf marketing yaitu pada saat staf marketing melakukan jemput bola pada produk SIRELA yang ada di BINAMA misalnya, disekolah, di toko-toko atau dirumah calon anggota, mendatangi rumah anggota satu per satu dengan menjelaskan tentang produk SIRELA kepada masyarakat. Semuanya sudah mempunyai jam dan jadwal sendiri dalam melakukan jemput bola agar masyarakat lebih tahu tentang produk SIRELA.

2. Customer Service (CS)

Pemasaran yang dilakukan oleh Customer Service yaitu pada saat anggota datang ke Customer Service disela-sela waktu CS memberikan penjelasan tentang SIRELA kepada anggota dan juga pada produk SIRELA dapat dijadikan sebagai jaminan pembiayaan yang ada di BINAMA dan memberi tahu keunggulan dari produk SIRELA.

3. Semua Karyawan Binama

Strategi pemasaran produk SIRELA juga bisa dilakukan semua karyawan BINAMA untuk meningkatkan minat anggota kepada produk SIRELA yaitu setiap karyawan mempromosikan kepada teman anggota, keluarga, ataupun saudara-saudaranya dan juga memberikan pengetahuan tentang keunggulan dari produk SIRELA. Strategi pemasaran produk SIRELA selain dilakukan oleh karyawan, Customer service dan juga seluruh karyawan BINAMA strategi pemasaran pada produk SIRELA dilakukan dengan menggunakan:

a) Brosur

Yaitu biasanya ada waktu tertentu dan jam tertentu dimana staf marketing membagikan brosur kepada masyarakat atau menyebarkan brosur di sepanjang jalan yang banyak dilalui orang agar masyarakat lebih tahu apa itu produk SIRELA yang ada di BINAMA. Brosur tersebut juga sudah berisi tentang tata cara dan juga sudah dicantumkan bagi hasilnya serta hadiah yang ada pada produk SIRELA.

b) Spanduk

Strategi yang digunakan juga menggunakan spanduk yaitu memasang spanduk di tempat yang strategis yang mudah dilihat oleh orang. Jadi masyarakat lebih bisa membaca apa itu produk SIRELA dan juga memasang ditempat yang ramai.

c) Kegiatan Promosi

Kegiatan dalam pemasaran produk SIRELA dengan kegiatan promosi ke masyarakat dengan hadiah sepeda motor vario sebagai hadiah utamanya agar masyarakat minat dan mau dengan produk SIRELA dengan hadiah yang menarik.

Dalam memasarkan produk jasa KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu juga memerlukan strategi pemasaran yang baik, dengan unsur yang harus diperhatikan dalam strategi pemasaran dengan cara menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) karena memang produk ini sudah sangat unggul dibanding produk simpanan lainnya. Berikut kegiatan bauran pemasaran yang dilakukan oleh KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu untuk memasarkan produk SIRELA yang berdasarkan akad *Mudharabah* yaitu 4P (*product, price, place, dan promotion*), yaitu:

1) Strategi *Product* (Produk)

Untuk menarik minat anggota dengan menggunakan produk jasa yang ada pada KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu, dengan pihak BINAMA memberikan produk yang sedikit berbeda dengan produk jasa pada koperasi lain yaitu produk simpanan SIRELA. Dengan melihat jaringan masyarakat Indonesia yang tidak asing dengan cara menabung, terutama bagi ibu rumah tangga. Hal ini, memberikan peluang bagi pihak KSPPS BINAMA untuk mengembangkan produk SIRELA sehingga diminati anggota dan dapat berkembang. Dengan hadiah yang menarik, diharapkan mampu menjadi daya tarik bagi anggota untuk menggunakan SIRELA.

2) Strategi *Price* (Harga)

Strategi harga yang diterapkan di KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu pada produk SIRELA yaitu dengan bagi hasil yang menarik sehingga masyarakat berminat menyimpan dananya pada KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu.

3) Strategi *Place* (Tempat)

KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu memilih tempat yang sangat strategis yaitu tempat yang mudah dijangkau oleh anggota, pengusaha, pedagang kaki lima, dekat dengan swalayan dan pusat pendidikan. Selain lokasi yang sangat strategis, KSPPS BINAMA mempunyai beberapa cabang untuk mendapatkan anggota baru dan menjadi peluang KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu.

4) Strategi *Promotion* (Promosi)

Dalam melakukan promosi, marketing KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu menawarkan produk SIRELA dengan melalui iklan, jemput bola dan bakti sosial.

1. Iklan

Iklan yang digunakan adalah brosur dan website.

a) Brosur

Brosur untuk simpanan sukarela lancar (SIRELA) di KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu ini di cetak sedetail mungkin. Didalam brosur SIRELA ini diterangkan pengertian SIRELA, ketentuan umum, dan keunggulan dari produk SIRELA. Sehingga calon anggota dapat mengetahui produk SIRELA.

b) Website

KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu produk SIRELA juga menggunakan website yang berupa blog yang membahas tentang profil serta perkembangan SIRELA.

2. Jemput Bola

KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu juga memberikan kemudahan bagi anggota SIRELA yaitu dengan adanya sistem

jemput bola yang diberikan. Dengan cara marketing mendatangi anggota yang ingin melakukan transaksi penyetoran ke rumah ataupun tempat usaha.³⁶

B. Analisis SWOT pada produk SIRELA di KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu

Setelah diidentifikasi hasil dari faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi penghambat serta pendukung pemasaran maka data diolah berdasarkan analisis SWOT. Menurut Rangkuti (2005), analisis adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan melalui pendekatan matriks SWOT. Matriks ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Waskitho selaku Kepala Cabang (Kacab) dan ketiga divisi *marketing* di KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu maka dapat dikembangkan dan dihasilkan strategi-strategi pilihan dengan memanfaatkan peluang dan kekuatan yang sudah ada untuk mengurangi kelemahan serta ancaman yang dihadapi KSPPS.

Berdasarkan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman sebagai berikut:

1. Kekuatan (*Strength*)

- Penyetoran dan penarikan dapat dilakukan setiap saat.
- Setoran awal relatif ringan.
- Saldo mengendap minimal hanya Rp 10.000,-
- Tidak ada biaya administrasi untuk saldo rata-rata Rp 100.000,-
- Setiap saldo Rp 1.000.000,- berkelipatan akan mendapatkan satu poin undian.
- Dilengkapi dengan layanan jemput bola.
- Fleksibel.
- Praktis dengan sistem autodebet.

³⁶ Buku Rapat Anggota Tahunan (RAT) Tahun 2018, KSPPS BINAMA

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

- Kurangnya pemahaman karyawan tentang produk SIRELA;
- Kurangnya marketing memberitahukan nisbah bagi hasil yang didapat.
- Kurangnya biaya promosi

3. Peluang (*Opportunities*)

Dengan melihat jaringan masyarakat Indonesia yang tidak asing dengan cara menabung, terutama bagi ibu rumah tangga. Hal ini, memberikan peluang bagi pihak KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu untuk mengembangkan produk SIRELA sehingga diminati anggota dan dapat berkembang.

4. Ancaman (*Threats*)

Persaingan produk SIRELA yang semakin ketat disebabkan anggota sudah cukup kritis dan pandai membanding-bandingkan produk KSPPS yang satu dengan yang lainnya.

Empat strategi alternatif yang dihasilkan dari matriks SWOT adalah:

a. Strategi SO (*Strength Opportunities*)

- Menjaga hubungan baik dengan setiap anggota dan masyarakat sekitar.
- Menjadikan kantor yang kondusif dan menyenangkan.
- Pelayanan terhadap anggota ditingkatkan.
- Tetap amanah dalam mengelola lembaga.

b. Strategi ST (*Strength Threat*)

- Pelayanan yang tepat sasaran (*excellent service*).
- Cepat dalam mengambil peluang.
- Meningkatkan hubungan baik antara pengurus, pengawas, pengelola dan anggota.
- Memperluas jangkauan pemasaran.

c. Strategi WO (*Weaknesses Opportunities*)

- Mengembangkan produk layanan yang lebih baik.
- Meningkatkan kegiatan promosi.
- Pelatihan IT dan sistem akutansi kepada SDM.
- Memperkuat solidaritas antar karyawan.

d. Strategi WT (*Weaknesses Threat*)

- Meningkatkan jumlah SDM yang memadai.
- Pelatihan tentang syariah terhadap anggota.
- Peningkatan pelayanan yang berkualitas.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisa hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan di KSPPS Binama Cabang Kaliwungu, maka dapat diambil kesimpulan:

1. Strategi Pemasaran pada produk SIRELA di KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu

Strategi pemasaran yang digunakan oleh KSPPS BINAMA yaitu 4P (*product, price, place* dan *promotion*) sebagai berikut:

a. Strategi *Product* (Produk)

Memberikan peluang bagi pihak KSPPS BINAMA untuk mengembangkan produk SIRELA sehingga diminati anggota dan dapat berkembang. Dengan hadiah yang menarik, diharapkan mampu menjadi daya tarik bagi anggota untuk menggunakan produk SIRELA.

b. Strategi *Price* (Harga)

Strategi harga yang diterapkan di KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu pada produk SIRELA yaitu dengan bagi hasil yang menarik sehingga masyarakat berminat menyimpan dananya pada KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu.

c. Strategi *Place* (Tempat)

KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu memilih tempat yang sangat strategis yaitu tempat yang mudah dijangkau oleh anggota, pengusaha, pedagang kaki lima, dekat dengan swalayan dan pusat pendidikan.

d. Strategi *Promotion* (Promosi)

Dalam melakukan promosi, marketing KSPPS BINAMA menawarkan produk SIRELA dengan melalui iklan, jemput bola dan bakti sosial.

2. Analisis SWOT pada produk SIRELA di KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu

Analisis SWOT pada produk SIRELA meliputi; *Strenght*, yaitu penyeteroran dan penarikan dapat dilakukan setiap saat, *Weakness*, yaitu kurangnya pemahaman karyawan tentang produk SIRELA, kurangnya marketing memberitahukan nisbah bagi hasil yang didapat, dan kurangnya biaya promosi, *Opportunities*, yaitu dengan melihat jaringan masyarakat Indonesia yang tidak asing dengan cara menabung, terutama bagi ibu rumah tangga. Hal ini, memberikan peluang bagi pihak KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu untuk mengembangkan produk SIRELA sehingga diminati anggota dan dapat berkembang, *Threats*, yaitu persaingan produk SIRELA yang semakin ketat disebabkan anggota sudah cukup kritis dan pandai membanding-bandingkan produk KSPPS yang satu dengan yang lainnya.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan diatas, maka penulis ingin memberikan beberapa saran yang mungkin dapat dijadikan pertimbangan dan masukan bagi KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu:

1. KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu memiliki kemampuan untuk merubah potensi menjadi suatu prestasi dan kinerja yang lebih baik. Sehingga arah kebijakan yang tepat dilakukan untuk meningkatkan dan memperbesar peranan KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu dalam kegiatan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki, memperluas peran, memanfaatkan berbagai peluang yang ada serta melakukan inovasi-inovasi produk supaya mempunyai nilai jual tinggi dan lebih diminati oleh calon anggota baru.
2. Pihak KSPPS BINAMA Cabang Kaliwungu harus lebih meningkatkan sosialisasi kepada masyarakat umum agar mereka tertarik dengan manfaat dari produk tersebut serta harus mempunyai target tersendiri untuk produk SIRELA agar menjadi produk yang lebih unggul di banding dari produk lain.

C. Penutup

Alhamdulillah, akhirnya dengan berkat dan rahmat-Nya, penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu kelancaran penyusunan Tugas Akhir ini. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan dalam penyusunan Tugas Akhir ini baik dalam penggunaan bahasa maupun isinya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran serta masukan yang membangun demi kesempurnaan Tugas Akhir ini.

Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghafur Ansori, *Perbankan Syariah di Indonesia*, Yogyakarta: Gadjah Mada University press, 2009.
- Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2010.
- Antonio Syafi'i Muhammad, *Bank Syariah*, Jakarta: Gema Insani, 1990.
- Buku Katalog KSPPS BINAMA.*
- Company Profil BINAMA.*
- Company Profil KSPPS BINAMA.*
- Dr. Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2016.
- Farid Hidayat, "Alternative Sistem Pengawasan Pada Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syari'ah (KSPPS) Dalam Mewujudkan *Shariah Compliance*", Mahkamah: Jurnal Ilmu Hukum & Ilmu Islam, Vol. 1, No. 2, Lampung: IAIM NU Metro, 2016.
- Freddy Rangkuti, *SWOT BALANCED SCORECARD (teknik menyusun strategi korporat yang efektif plus cara mengelola kinerja dan resiko)*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Gita Danupranata, *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*, Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Goh, T.H, Sunny, Hor-Kheng, Khoo, *Marketing Wise*, Jakarta: PT. Bhuana Ilmu Populer, 2005.
- Ismail Sholihin, *Manajemen Strategi*, Jakarta: Erlangga, 2012.
- Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2010.
- Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2015.
- M. Burhan Bungin, "Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya" Jakarta: Kencana, 2004.
- M Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1996.

- M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Penerbit AlfaBeta, 2012.
- Panji Anorgana, *Manajemen Bisnis*, Jakarta: Rineka Cipta, 2004.
- Press Realase Deputy Pembiayaan Pada Acara workshoop, *Outlook Usaha Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah 2016*, <http://www.pembiayaansyariahkukm.infomateririsilis>.
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: AlfaBeta, 2008.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2012 Tentang Perkoperasian, <http://www.peraturan.go.id/uu/nomor-17-tahun-2012.html>.
- Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Website BMT BINAMA.
- Website KSPPS BINAMA.
- Wiroso, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*, Jakarta: PT. Grasindo, 2005.

LAMPIRAN

SIRELA

Simpanan Sukarela Lancar

Simpanan ini dirancang sebagai sarana investasi maupun transaksi sehari-hari anggota secara fleksibel, karena setoran dan penarikan dapat dilakukan sewaktu-waktu, serta perolehan bagi hasil yang kompetitif di samping peluang mendapatkan hadiah setiap semesternya.

Ketentuan dan Syarat Pembukaan Rekening SIRELA

- ❖ Anggota
- ❖ Mengisi permohonan pembukaan rekening simpanan
- ❖ Menyerahkan fotocopy identitas diri (KTP/SIM)
- ❖ Setoran awal minimal Rp. 25.000,-
- ❖ Setoran selanjutnya minimal Rp. 10.000,-

Keutamaan SIRELA

- ❖ Penyetoran dan Penarikan dapat dilakukan sewaktu-waktu
- ❖ Dapat dijadikan jaminan pembiayaan
- ❖ Layanan jemput bola, oleh petugas kami ke tempat tujuan anda
- ❖ Bebas biaya administrasi bulanan, bagi saldo yang terjaga di atas Rp. 100.000,-/bulan
- ❖ Nisbah bagi hasil = 25% : 75%
- ❖ **Berhadiah !!! (2X dalam setahun)**
 - ❖ Bagi anggota yang saldo rata-rata perbulan mencapai 1 juta, maka akan memperoleh 1 poin undian dan berlaku kelipatan.
 - ❖ **HADIAH UTAMA SEPEDA MOTOR**
 - ❖ **RATUSAN HADIAH HIBURAN**

Akad yang digunakan

Akad Mudharabah





Kepada Yth,
Pengurus Koperasi Syariah BINAMA

**PERMOHONAN KEANGGOTAAN KOPERASI
dan PEMBUKAAN SIMPANAN**

Bismillahirrahmanirrahim

Bersama ini saya mengajukan permohonan untuk dicatat sebagai anggota Koperasi Syariah BINAMA dan sekaligus sebagai penyimpan,

Nama Lengkap dan gelar				Laki-laki
Tempat / Tanggal Lahir				Perempuan
Alamat sesuai KTP / SIM	Kecamatan	Kota/Kab	Kode Pos	RT/RW
Alamat Domisili	Kecamatan	Kota/Kab	Kode Pos	RT/RW
Alamat Kantor				
No. Telepon	Rumah :	Kantor :	HP :	
Nomor identitas Diri	KTP :	SIM :		
Nama Ibu Kandung				
NPWP	Ada, nomor :	Tidak Ada		

KHUSUS CALON ANGGOTA PERORANGAN

Pekerjaan	Karyawan	Peg. Negeri	TNI/POLRI	Pedagang/Wirausaha
	Manajer	Profesional	Pelajar / Mahasiswa	Lainnya
Status Matril	Lajang	Menikah	Janda	Duda
Pendidikan	SD/SMP	SMA	Akademik/D-3/S1	S2 / S3
Agama	Islam	Kristen / Katolik	Hindu	Budha
Penghasilan per Bulan	< Rp. 1.000.000,-	Rp. 1 - 2 juta	Rp. 2-3 juta	Rp. 3-6 juta
	Rp. 5 - 8 juta	Rp. 8 - 10 juta	Rp. 10-15 juta	> Rp. 15.000.000,-
Rekening yang Dibuka (Pilih yang Sesuai)	Simpanan Pokok	SIRELA	SISUKA	Tabungan Thawaf
	Simpanan Harian	TASAGUR	TARBAH	Simpanan Pembayaran
Setoran Awal	Rp.	Terbilang :		

KHUSUS PERMOHONAN PEMBUKAAN SISUKA

Nominal Setoran	Rp.	Terbilang :		
Jangka Waktu	3 bulan	6 bulan	12 bulan	
Kelenturan Jatuh Tempo	ARO	Diambil Tunai	Dipendokbulukan ke	
Pembayaran Bagi Hasil	Disetorikan pada rekening SIRELA nomor : atas nama :			
	Disetorikan pada rekening tabungan di bank Cabang :			
	Nomor rekening : Atas nama :			

Selanjutnya saya bersedia menaati Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga serta ketentuan-ketentuan lain yang berlaku di Koperasi Syariah BINAMA yang tertera dibalik permohonan ini

DISI OLEH PETUGAS

No. Rekening :			No. Anggota :		
Jenis Simpanan :			Setoran Awal : Rp.		
Khusus Simpanan SISUKA	Jangka Waktu :, Min. dari, s.d.				
	Ngabah Bagi Hasil : %				
VALIDASI PETUGAS	Tgl	Diserahi	Disetujui	Approval	

AHLI WARIS

No	Nama Lengkap	Awal
1		
2		

..... tanggal

Pemohon :

Tanda Tangan Cetak

(Serta terlampir dan nama terlampir)

KETENTUAN SIMPANAN PADA KOPERASI SYARIAH BINAMA

Penyimpan mengizinkan Koperasi Syariah BINAMA untuk memanfaatkan uang yang disimpan pada BINAMA guna pembiayaan yang bermanfaat menurut Koperasi Syariah BINAMA atas sejumlah saldo yang ada pada setiap harinya dan selama yang tersebut tersimpan di Koperasi Syariah BINAMA.

Dalam perjanjian ini berlaku:

- Alat Muharabah untuk Simpanan Sukarela Lancar (Si Rela), Tasagur, Simpanan Harian, Tabungan Thawaf, dan Simpanan Sukarela Berjangka (Si Suka) kadar keuntungan yang diberikan ditetapkan sesuai nisbah bagi hasil yang ditawarkan Koperasi Syariah BINAMA dan bila ada perubahan penawaran nisbah bagi hasil akan diumumkan di kantor BINAMA dan dianggap para penyimpan telah mengetahuinya.
- Alat Wasilah Yadlamanah untuk simpanan Tarbiah dan simpanan pembiayaan dimana tidak diberikan bagi hasil.

SYARAT-SYARAT UMUM

- Yang berhak menjadi penyimpan adalah anggota, koperasi lain, anggota koperasi lain, dan calon anggota.
- Sebagai bukti simpanan bagi penyimpan, Koperasi Syariah BINAMA akan menerbitkan:
 - Buku simpanan untuk Si Rela, TASAQUR, Tabungan Thawaf, Tarbiah dan Simpanan Pembiayaan
 - Warkat tanda simpanan untuk rekening Si Suka
- Apabila terdapat perbedaan antara saldo pada buku simpanan dan saldo yang tercatat pada Koperasi Syariah BINAMA, maka yang dijadikan sebagai patokan dan yang diutamakan sebagai saldo yang benar adalah saldo yang tercatat pada pembukuan Koperasi Syariah BINAMA.
- Apabila buku / warkat simpanan hilang, penyimpan harus segera melaporkan kepada Koperasi Syariah BINAMA dengan mengisi surat pernyataan bermeterai dan dengan ditempel surat keterangan hilang dari kepolisian.
- Penyialahgunaan dalam bentuk apapun akibat hilangnya buku / warkat simpanan bukan menjadi tanggungjawab Koperasi Syariah BINAMA.
- Terhadap hilangnya buku / warkat simpanan yang telah dilaporkan, Koperasi Syariah BINAMA tidak akan menerima segala bentuk transaksi atas nomor rekening bersangkutan dan penyimpan diwajibkan menutup rekening tersebut dengan penggantian nomor rekening baru.
- Penyimpan menyatakan tunduk pada segala ketentuan yang berlaku di BINAMA baik yang saat ini berlaku maupun yang akan ada di kemudian hari.

PENYETORAN DAN PENARIKAN

- Setiap penarikan simpanan, penyimpan diwajibkan menunjukkan buku / warkat simpanan dengan ketentuan sebagai berikut:
 - Untuk semua jenis simpanan selain TASAQUR dan TARBIAH penarikan dapat dilakukan setiap hari kerja selama kas buka.
 - Untuk Si Suka dan Tarbiah, penarikan hanya dapat dilakukan apabila kas telah jatuh tempo. Untuk Si Suka penarikan di luar waktu jatuh tempo dikenakan denda yang diperhitungkan saat penarikan.
 - Untuk Tasagur, penarikan hanya dapat dilakukan satu kali dalam setahun, yaitu satu minggu menjelang hari raya Idul Adha.
 - Untuk Tabungan Thawaf, penarikan hanya dapat dilakukan sekali ketika momen haji ketentuan sukohat.
- Penarikan yang dilakukan oleh bukan pemilik rekening / penyimpan harus dilengkapi dengan surat kuasa bermeterai serta menunjukkan kartu identitas asli penyimpan.
- Bila terjadi perbedaan tanda tangan antara slip penarikan dengan corich tanda tangan, maka Koperasi Syariah BINAMA berhak meminta kartu identitas asli dari penyimpan. Bila penyimpan tidak dapat menunjukkan kartu identitas asli, maka Koperasi Syariah BINAMA berhak menahan buku / warkat simpanan sampai dapat dipastikan keabsahan penarikan yang dilakukan.
- Setoran awal setiap produk ditetapkan sebagai berikut:
 - Si Rela sebesar Rp 25.000,-
 - Tasagur sebesar Rp 25.000,-
 - Simpanan Harian sebesar Rp 250.000,-
 - Si Suka sebesar Rp 1.000.000,-
 - Tabungan Thawaf sebesar Rp 25.000,-
 - Tarbiah besarnya sesuai ketentuan yang berlaku pada periode berjalan.
 - Simpanan Pembiayaan sebesar Rp 10.000,-
- Setoran selanjutnya per produk sekurang-kurangnya sebesar:
 - Si Rela sebesar Rp 5.000,-
 - Tasagur sebesar Rp 5.000,-
 - Simpanan Harian dan Tabungan Thawaf sebesar Rp 10.000,-
 - Tarbiah besarnya sesuai ketentuan yang berlaku pada periode berjalan.
- Saldo minimal simpanan adalah sebagai berikut:
 - Si Rela sebesar Rp 10.000,-
 - Tasagur sebesar Rp 10.000,-
 - Simpanan Harian sebesar Rp 10.000,-
 - Simpanan Pembiayaan sebesar Rp 10.000,-

KADAR KEUNTUNGAN SIMPANAN

- Keuntungan atas Si Rela, Si Suka, Tasagur, Tabungan Thawaf, dan Simpanan Harian akan diberikan setiap bulan.
- Perubahan atas besarnya nisbah bagi hasil dapat terjadi sewaktu-waktu yang besarnya diumumkan agar diketahui oleh penyimpan dan dianggap penyimpan telah seakat dengan besarnya nisbah bagi hasil tersebut.
- Pembayaran bagi hasil yang diberikan dilakukan pada setiap akhir bulan dan dibukukan langsung kepada saldo penyimpan yang tercatat di Koperasi Syariah BINAMA.

PENUTUPAN REKENING

- Penutupan rekening hanya dapat dilakukan oleh penyimpan secara langsung atau melalui pendamping lapangan.
- Biaya administrasi penutupan rekening adalah sebagai berikut:
 - Si Rela Rp 10.000,- ditambah pecahan yang tidak dapat ditunakkan
 - Si Suka Rp 10.000,-
 - Simpanan Harian Rp 10.000,- ditambah pecahan yang tidak dapat ditunakkan
 - Tasagur Rp 10.000,- ditambah pecahan yang tidak dapat ditunakkan
 - Tabungan Thawaf Rp 10.000,- ditambah pecahan yang tidak dapat ditunakkan
 - Simpanan Pembiayaan Rp 10.000,-

PERMOHONAN PENUTUPAN REKENING



Kepada Ykh.
Pimpinan Koperasi Syariah BINAMA

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Anggota : _____
 Identitas Diri : (KTP/SIM/) : No _____
 Alamat (sesuai ID) : _____

adalah benar-benar pemilik rekening berikut :

Jenis Simpanan : _____
 No Rekening : _____

Dengan ini menyatakan menutup rekening tersebut diatas dikarenakan :

Atas penutupan rekening tersebut diatas saya

- ☐ telah mengembalikan buku tabungan / Warkat Sisuka kepada Koperasi Syariah BINAMA
☐ telah menerima sisa saldo tabungan / Simpanan Berjangka sejumlah tersebut di bawah ini

Sisa saldo tabungan : _____
 Biaya Administrasi : _____
 Total Diterima : _____

Demikian permohonan ini sekaligus saya menyatakan, membebaskan Koperasi syariah binama dari segala bentuk tuntutan yang timbul disebabkan oleh penutupan rekening ini.

Atas hubungan baik yang telah terbina selama ini saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr Wb.

20

Hormat Saya

 Nama dan tanda tangan Anggota

 Nama dan tanda tangan petugas Koperasi Syariah BINAMA

KARTU SPESIMEN ANGGOTA		
		CABANG : _____
NO. REKENING : _____		
NAMA : _____		
KETENTUAN : TANDA TANGAN BERLAKU <input type="checkbox"/> SATU <input type="checkbox"/> DUA <input type="checkbox"/> SALAH SATU		
NAMA KUASA PENARIK	SPESIMEN TANDA TANGAN	STEMPEL PERUSAHAAN



koperasi syariah



Investasi Untuk Masa Depan

Dengan menabung di Koperasi Syariah Binama ,
sesuai syariah, bagi hasil menarik,
ada layanan pick up service, tanpa biaya Administrasi*,
dan ada hadiah menarik*

Koperasi Syariah Binama, membantu rencana keuangan sesuai kebutuhan Anda dengan produknya :

SIRELA, Simpanan Sukarela Lancar
TARBIAH, Tabungan Arisan Berhadiah
TASAQUR, Tabungan Persiapan Qurban
THAWAF, Tabungan Persiapan Haji dan Umroh
SISUKA, Simpanan Sukarela Berjangka

Perhitungan bagi hasil Simpanan

$$\frac{\text{Saldo Simpanan}}{\text{Total Dana}} \times \text{Pendapatan} \times \text{Nisbah}$$

Simpanan

Produk	Nisbah		Saldo Simpanan	Total Dana	Simulasi Bagi Hasil		
	Anggota	BINAMA			Estimasi pendapatan	Estimasi Bagi Hasil	Estimasi Rate/Ther*
Sirela	25	75	1,000,000	1,000,000,000	16,000,000	76.7	8.79%
Tasaqur	25	75	1,000,000	1,000,000,000	16,000,000	76.7	8.79%
Thawaf	45	55	1,000,000	1,000,000,000	16,000,000	7.380	8.63%

Simpanan Berjangka

Produk	Nisbah		Saldo Simpanan Berjangka	Simulasi Bagi Hasil		
	Anggota	BINAMA		Bagi hasil minimal /tkr	Bagi hasil maksimal /tkr	Bagi hasil rata2 /tkr
3 Bulan	45	55	1,000,000	7,017	7,467	7,242
6 Bulan	50	50	1,000,000	7,797	8,792	7,998
12 Bulan	55	45	1,000,000	8,576	9,125	8,786

* Periode 01/1 - Desember 01/12

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS DIRI

1. Nama : LIFIA KHOIRUNNISA
2. NIM : 1605015047
3. Tempat/Tgl Lahir : Semarang, 20 Februari 1998
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Agama : Islam
6. Alamat : Jl. Wonomulyo Mukti Barat IV No. 205, RT 05
RW XI, Blok G, Tlogomulyo, Pedurungan, Kota
Semarang

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Pendidikan Formal:
 - a) SD Kemala Bhayangkari 02 Semarang 2010
 - b) SMP Negeri 9 Semarang 2013
 - c) SMA Negeri 10 Semarang 2016
 - d) UIN Walisongo Semarang 2019
2. Pendidikan Non Formal:
 - a) Magang di KSPPS Binama Cabang Kaliwungu

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya dan semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 3 Desember 2019